MAY 2019 Vol. 5 Issue 52

മലയാളത്തിലെ ആദ്യത്തെ അഡ്വർട്ടൈസിംഗ് & മാർക്കറ്റിംഗ് മാസിക

Price: ₹50/-

ഇഫെക്ടീവ് ആഡ്കോം

EFFECTIVE ADCOM

INSIDE OUTSIDE
AD WORLD

THE WORLD OF
EFFECTIVE
COMMUNICATION

Chahatt Khanna

Model & Actress
in Bollywood

പൊസിഷനിംഗിന്റെ
ഒരു പവറേ...

ഇംഗ്ലണ്ടിലും അമേരിക്കയിലും
ഏറ്റവും പ്രശസ്തമായ പരസ്യങ്ങൾ

സ്ത്രീ ബിംബങ്ങൾ ഇന്ത്യൻ
ടെലിവിഷൻ പരസ്യങ്ങളിൽ

നേതാവിന്റെ
മനുഷ്യബന്ധങ്ങൾ

ആശയവിനിമയം
ആകർഷകമാക്കാം

MODEL WATCH • STUDENTS CORNER • MOTIVATION • CAREER GUIDANCE • MEDIA

ഇനി ഓൺലൈനിലൂടെ മാത്രമല്ല ഫോണിലൂടെയും
ഹോസ്പിറ്റൽ അപ്പോയിന്റ്മെന്റ് ബുക്ക് ചെയ്യാം

2016 ജൂലൈ ഒന്നിനാണ് (ദേശീയ ഡോക്ടേഴ്സ് ദിനം) ക്വിക്ഡോക്ഡോട്കോം കേരള ജനതയ്ക്കായി സമർപ്പിച്ചത്.

ഹോസ്പിറ്റലുകളുടെയും ക്ലിനിക്കുകളുടെയും അപ്പോയ്ന്റ്മെന്റ് ബുക്കുചെയ്യാൻ സഹായിക്കുന്ന ഓൺലൈൻ ആപ്ലിക്കേഷനാണ് ക്വിക്ഡോക്ഡോട്കോം.ഇപ്പോൾ 142 ആശുപത്രികളിലും 113 ക്ലിനിക്കുകളിലുമായി കേരളത്തിലെ വിദഗ്ധരായ 2743 ഡോക്ടർമാരുടെ അപ്പോയിന്റ്മെന്റുകൾ ലഭ്യമാണ്. നിങ്ങളുടെ റജിസ്ട്രേഷനിലൂടെ നിങ്ങളുടെ ബന്ധുക്കൾക്കോ, സുഹൃത്തുക്കൾക്കോ അപ്പോയിന്റ്മെന്റ് എടുക്കാം.

ഒരു മാസം മുമ്പു മുതൽ അപ്പോയിന്റ്മെന്റുകൾ ലഭ്യമാണ്. എല്ലാ ദിവസവും രാവിലെ 8 മണിവരെ അതത് ദിവസത്തെ ഏറ്റവും അടുത്ത ടോക്കണുകൾ ലഭിക്കും. അതുപോലെ വിദഗ്ധരായ ഡോക്ടർമാരുടെ സേവനം ഏത് ആശുപത്രിയിലുണ്ട് എന്നും ഏതൊക്കെ ആശുപത്രികളിൽ എന്തൊക്കെ സേവനങ്ങൾ ഉണ്ട് എന്നും അറിയാം.

നിങ്ങൾ എടുക്കുന്ന അപ്പോയിന്റ്മെന്റുകൾ സ്ഥിരീകരിക്കാനായി qkdoc.com കസ്റ്റമർ കെയർ ടീം നിങ്ങളെ സഹായിക്കും. അതുപോലെ ഏതു സമയത്ത് ചെല്ലണമെന്നും നിർദേശം തരും. കൂടാതെ പൊതുജനങ്ങൾക്കായി സൗജന്യ രോഗനിർണയ ക്യാംപുകളും ആരോഗ്യ സെമിനാറുകളും ആശുപത്രികളുമായി സഹകരിച്ച് നടത്തുന്നുണ്ട്.

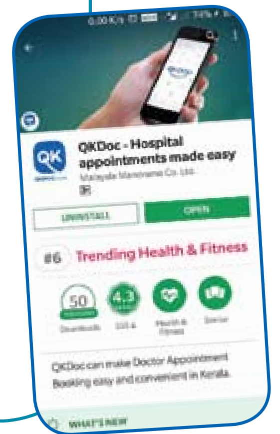
അപ്പോയിന്റ്മെന്റ് എടുക്കുവാൻ 2 വഴികൾ

ഓപ്ഷൻ 1 A) qkdoc.com വെബ്സൈറ്റ് അല്ലെങ്കിൽ qkdoc ആപ്ലിക്കേഷൻ ഡൗൺലോഡ് ചെയ്ത് റജിസ്റ്റർ ചെയ്യുക B) വേണ്ട ആശുപത്രി/ക്ലിനിക്/ഡോക്ടർ/ സ്പെഷലൈസേഷൻ സേർച്ച് ചെയ്യുക C) ലഭ്യമായ ടോക്കണുകൾ നേടുക D) റജിസ്ട്രേഷനിലൂടെ നിങ്ങൾക്കോ, സുഹൃത്തുക്കൾക്കോ, ബന്ധുക്കൾക്കോ, ടോക്കണുകൾ നേടാം. അതിനായി Book for another parent ക്ലിക്കു ചെയ്ത് മുൻപോട്ട് പോകുക.

ഓപ്ഷൻ 2 A) അപ്പോയിന്റ്മെന്റുകൾ എടുക്കാനായി 7012612323 (24 x 7) (ഞായറാഴ്ചകളിലും) 8943927714, 0481-2587421 / 422 (രാവിലെ ഒമ്പതു മുതൽ വൈകിട്ട് 6 വരെ) നമ്പരുകളിലേക്ക് വിളിക്കാം. B) നിങ്ങൾക്ക് ആവശ്യമായ ആശുപത്രി / ക്ലിനിക്ക് / ഡോക്ടർ എന്നീ വിവരങ്ങൾ പറയുക C) നിങ്ങളുടെ ഫോണിൽ വരുന്ന എസ്എംഎസിൽ നിന്നും ഒടിപി നമ്പർ പറഞ്ഞുകൊടുക്കുമ്പോൾ ലഭ്യമായ ടോക്കണുകൾ നൽകുന്നു.

ഡോക്ടറുടെ
അപ്പോയ്ന്റ്മെന്റിനായി
വിളിക്കുക

7012612323 (24x7)
0481 2587421 / 422
(9 am to 6pm)



ആശുപത്രികളും ക്ലിനിക്കുകളും qkdoc.com ൽ റജിസ്റ്റർ ചെയ്യുവാനായി വിളിക്കുക : 8086137088, 9447732525

- വിളിക്കുക 7012612323 (24x7) 0481 2587421/422 (9 am to 6pm)
- നിങ്ങളുടെ ആശുപത്രി/ക്ലിനിക്/ഡോക്ടർ എന്നീ വിവരങ്ങൾ പറയുക
- നിങ്ങൾക്കു വരുന്ന SMS ലെ OTP നമ്പർ പറഞ്ഞുകൊടുക്കുമ്പോൾ ലഭ്യമായ ടോക്കണുകൾ നൽകുന്നു

മലയാള മനോരമ
ESTABLISHED 1888

QKDOC.com
Doctor appointments made easy
Powered by manoramaonline

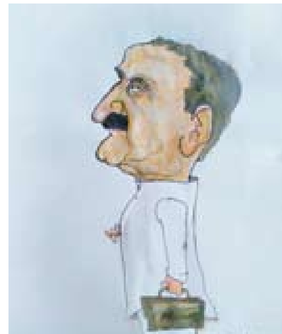
ഉള്ളടക്കം

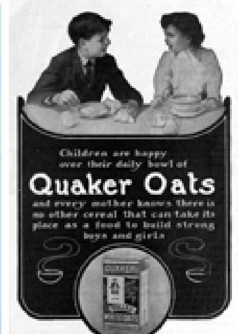
Cover: Chahatt Khanna

Vol. 5 | Issue 52 | May 2019









Images Courtesy: Google

ഇഫെക്ടീവ് ആഡ്കോം EFFECTIVE ADCOM
Advertising is Communication. Marketing is destination
The First Advertising & Marketing Magazine in Malayalam

Chief Editor
Mathew K. Mulamoottil

Associate Editor
Batten Bose

Marketing & Circulation Co-ordinator
Vilsu Mathew
Ph: 9744993356

Layout / Illustration
Adart Designing

Office Administration
Mini S. Nair

Marketing Offices:
Effective Publications
Mughal Palace Bldg, Collectorate P.O.
Kottayam - 2 , Kerala, India.
Ph: 0481 2561791, 08593 998705
e-mail: effectiveadcom@gmail.com

Regd. Office:
Mulamoottil Bldg., Cathedral Road
Manorama (S), Kottayam - 1, Kerala, India

Can read @





effectiveadcom/posts 09846057461
/effective.adcom /effective-adcom
www.effectiveadcom.com

EDITORIAL

ബാക്കിയുള്ളത് പ്രത്യാശ

വിശ്വാസം, പ്രത്യാശ, സ്നേഹം ഇവയിൽ വലിയതോ സ്നേഹം തന്നെ എന്ന് ബൈബിൾ വാക്യം. സ്നേഹം സ്വാർത്ഥതയ്ക്കു മുൻപിൽ കീഴടങ്ങിയിരിക്കുന്ന കാലമാണിത്. വിശ്വാസം രാഷ്ട്രീയപാർട്ടികൾ എറ്റെടുത്തു കഴിഞ്ഞു. ഇനി ബാക്കിയുള്ളത് പ്രത്യാശ മാത്രമാണ്.

ഈ മാസം (മെയ്) 23നു ശേഷം ഒരു പുതിയ സർക്കാർ അധികാരത്തിൽ വരാൻ പോകുകയാണ്. അതു ഭരണതുടർച്ചയോ ഭരണമാറ്റമോ ആകാം. എന്തു തന്നെയായാലും ജനങ്ങളുടെ പ്രത്യാശ രാജ്യത്തിന്റെ പുരോഗതിയിലാണ്. രാജ്യം പുരോഗമിക്കുക എന്നാൽ സാങ്കേതിക പുരോഗതിയേക്കാൾ പ്രധാനം രാജ്യത്തെ സാധാരണക്കാരന്റെ ജീവിത നിലവാരത്തിലുള്ള വളർച്ചയായിരിക്കണം. സാധാരണക്കാരന്റെ ജീവിത നിലവാരം ഉയരണമെങ്കിൽ അയാൾ ചെയ്യുന്ന തൊഴിലിൽ സ്വാതന്ത്ര്യവും മികച്ച വരുമാനവുമുണ്ടാകണം. തുടങ്ങിവച്ച കച്ചവട/വ്യവസായ സ്ഥാപനങ്ങൾ പൂട്ടിപ്പോകേണ്ട അവസ്ഥ തീർച്ചയായും അയാളുടെ ജീവിത നിലവാരം ഉയർത്തുകയോ നിലനിർത്തുകപോലുമോ ഇല്ല. സർക്കാരുകളുടെ നയപരമായ തീരുമാനങ്ങൾ തന്നെയാണല്ലോ ഇതിൽ പ്രധാനമായും സ്വാധീനം ചെലുത്തുന്നത്.

സാമ്പത്തിക ഉച്ചനീചത്വങ്ങൾ വർദ്ധിച്ചുവരുന്ന ഈ കാലഘട്ടത്തിൽ എല്ലാവരേയും ഒരു പോലെ കാണാൻ കഴിയുന്ന, എല്ലാവരേയും ഒരു പോലെ പരിഗണിക്കാൻ കഴിയുന്ന ഒരു സർക്കാർ അധികാരത്തിൽ വരട്ടെ എന്നാണ് രാഷ്ട്രീയക്കോമരങ്ങൾ ഒഴികെയുള്ള എല്ലാ ജനങ്ങളുടേയും പ്രാർത്ഥനയും പ്രത്യാശയും.

പ്രത്യാശകളെങ്കിലും സ്വന്തമായി കരുതുവാൻ ഈ രാജ്യത്തെ ജനങ്ങൾക്കുള്ള അവകാശവും അധികാരവും നിലനിർത്തുവാൻ അനുവദിക്കുന്ന, അതിനുള്ള സാഹചര്യം ഒരുക്കുന്ന ഒരു സർക്കാർ തന്നെ ഉയർന്നു വരട്ടെ എന്ന് ആശംസിക്കുന്നു!

ചീഫ് എഡിറ്റർ



ഇംഗ്ലണ്ടിലും അമേരിക്കയിലും ഏറ്റവും പ്രശസ്തമായ പരസ്യങ്ങൾ

1840 ൽ വോൾനി ബി പാൾമർ (Volney B Palmer) ഫിലാഡൽഫിയയിൽ ആദ്യത്തെ പരസ്യ ഏജൻസി തുടങ്ങിയതോടെയാണ് അമേരിക്കയിൽ പരസ്യ വിപണി ആരംഭിക്കുന്നത്. അദ്ദേഹം പല പത്രങ്ങളിലും പരസ്യത്തിനുള്ള സ്ഥലം എടുക്കുകയും അത് ആവശ്യക്കാർക്ക് വീതിച്ച് കൂടുതൽ വിലയ്ക്കു കൊടുത്തു പണം സമ്പാദിക്കുകയുമാണ് ചെയ്തത്.

മോഡേൺ അഡ്വർടൈസിംഗിന്റെ പിതാവ് എന്ന നിലയിൽ ഇംഗ്ലണ്ടിൽ അറിയപ്പെടുന്ന കലാകാരനാണ് തോമസ് ജെ. ബാരറ്റ്. അദ്ദേഹം പെയേഴ്സ് (Pears soap) കമ്പനിയുടെ ചെയർമാനായിരിക്കുമ്പോഴാണ് ശ്രദ്ധേയമായ പരസ്യങ്ങൾ നിർമ്മിച്ച് ജനശ്രദ്ധയാകർഷിച്ചത്. 1841-1914 ആണ് അദ്ദേഹത്തിന്റെ കാലഘട്ടം.

ചിത്രങ്ങളും ഗാനങ്ങളും വാകൃങ്ങളും ചേർന്നതായിരുന്നു അദ്ദേഹത്തിന്റെ പരസ്യങ്ങൾ. പെയേഴ്സ് സോപ്പിനുവേണ്ടി തോമസ് ജെ.ബാരറ്റ് (Thomas J Barratt) നിർമ്മിച്ച പരസ്യവും സ്ലോഗനും അക്കാലത്തും പിന്നീടും ശ്രദ്ധിക്കപ്പെട്ടു.

Good morning. Have you used pears' soap എന്നതായിരുന്നു ആ ഹൃദയഹാരിയായ സ്ലോഗൻ.

ഇംഗ്ലണ്ടിൽ ജനിച്ച ബാരറ്റ് മേരി പെയേഴ്സിനെ വിവാഹം കഴിച്ചു. A& F Pears കമ്പനിയുടെ ഉടമസ്ഥനായ ഫ്രാൻസിസ് പെയേഴ്സിന്റെ മൂത്തപുത്രിയായിരുന്നു മേരി. അങ്ങനെയാണ് ബാരറ്റ് 1865ൽ സോപ്പുബിസിനസ്സിലിറങ്ങുന്നത്. ലോകത്തിലെ ആദ്യത്തെ ബ്രാൻഡ് മാനേജർ എന്ന നിലയിൽ അദ്ദേഹത്തിന് ഗിന്നസ്സ് റിക്കാർഡ് ലഭിച്ചു.

പ്രശസ്ത കാർട്ടൂണിസ്റ്റായ ഹാരി ഫർണിസ് (Harry Furniss) അന്നത്തെ ഏറ്റവും ശ്രദ്ധേയമായ പഞ്ച് മാഗസിനിൽ ചെയ്ത പരസ്യം ബാരറ്റിന്റെ പരസ്യ തന്ത്രത്തിന്റെ മികച്ചതെളിവാണ്. ഒരു പാരഡി കമന്റാണത്.

"I used your soap two years ago, and have not used any other since"

പെയേഴ്സിനെ ലോകം മുഴുവൻ എത്തിക്കുവാൻ ഈ പരസ്യങ്ങൾക്കു കഴിഞ്ഞു.

1840 ൽ വോൾനി ബി പാൾമർ (Volney B Palmer) ഫിലാഡൽഫിയയിൽ ആദ്യത്തെ പരസ്യ ഏജൻസി തുടങ്ങിയതോടെയാണ് അമേരിക്കയിൽ പരസ്യ വിപണി ആരംഭിക്കുന്നത്. അദ്ദേഹം പല പത്രങ്ങളിലും പരസ്യത്തിനുള്ള സ്ഥലം എടുക്കുകയും അത് ആവശ്യക്കാർക്ക് വീതിച്ച് കൂടുതൽ വിലയ്ക്കു കൊടുത്തു പണം സമ്പാദിക്കുകയുമാണ് ചെയ്തത്.

ഒരു സ്പെയ്സ് ബ്രോക്കർ എന്ന നിലയിലാണ് അദ്ദേഹം വളർന്നത്. പരസ്യത്തിനുള്ള ഐഡിയയും ചിത്രങ്ങളുമെല്ലാം പരസ്യക്കാർ തന്നെ ഉണ്ടാക്കണമായിരുന്നു.

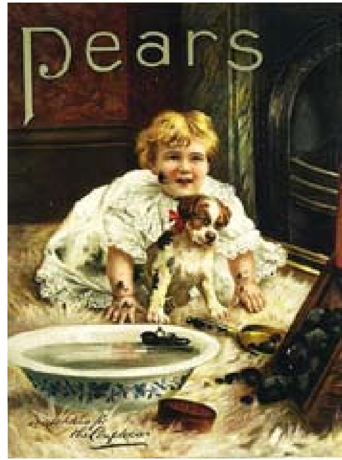
എന്നാൽ പിന്നീട് N.W.Ayer & Son പ്ലാനിംങ്ങോടു കൂടിയ ക്രിയേറ്റീവ് അഡ്വർടൈസിംഗ് ഏജൻസി ആരംഭിച്ചു. അവർ ഡയമണ്ട് ബിസിനസ്സ് കമ്പനിയായ De Beers, AT & T, US Army തുടങ്ങിയവയ്ക്കു വേണ്ടി പരസ്യങ്ങൾ നിർമ്മിച്ചു.

ന്യൂയോർക്കിൽ J വാൾട്ടർ തോംസൺ കമ്പനി (JWT) പരസ്യ ലോകത്തേയ്ക്കു വന്നു. അപ്പോഴേയ്ക്കും വലിയ ബിസിനസ്സ് സ്ഥപനങ്ങൾ അവരുടെ ഉല്പന്നങ്ങളുമായി മത്സരത്തിനെത്തിയിരുന്നു.

ക്വാക്കർ ഓട്ട്സ്, ആർമർ മീറ്റ് അമേരിക്കൻ ടുബാക്കോ കമ്പനി, റെമിംങ്ടൺ ടൈപ്പ്റൈറ്റർ, പ്രോക്ടർ & ഗാംബിൾ സോപ്പ് തുടങ്ങിയവ.

1914 ആയപ്പോഴേയ്ക്കും അമേരിക്കയിലെ പരസ്യത്തിന്റെ മൂന്നിൽ രണ്ടും നൽകിയിരുന്നത്






തോമസ് ജെ. ബാരറ്റ്.


വോൾനി ബി പാൾമർ

അഞ്ചു വിഭാഗത്തിൽപെട്ട സ്ഥാപനങ്ങളായിരുന്നു. ഫുഡ് പ്രോഡക്ടുകൾ, വാഹനങ്ങളും ടയറുകളും സോപ്പും സൗന്ദര്യ വസ്തുക്കളും പുകയിലയും.

റേഡിയോയും ടെലിവിഷനും

1920ൽ ആദ്യത്തെ റേഡിയോ സ്റ്റേഷൻ വന്നതോടെ പരസ്യങ്ങളുടെ പുതിയലോകം ശ്രോതാക്കളുടെ കാതുകളിലെത്താൻ തുടങ്ങി. റേഡിയോ പ്രോഗ്രാം സ്പോൺസർ ചെയ്യുന്ന സ്ഥാപനങ്ങളുടെയും പ്രക്ഷേപണസമയവും പത്രങ്ങളിൽ പരസ്യപ്പെടുത്താൻ തുടങ്ങി.

1990ൽ കേബിൾ ടിവികൾ ആരംഭിച്ചതോടെ പരസ്യങ്ങളുടെ മത്സരം യുദ്ധമായി മാറി. കോടിക്കണക്കിനു പണം മിനിസ്ക്രീനിലൂടെ ഒഴുകി.

ഇംഗ്ലണ്ടിലും അമേരിക്കയിലും ഏറ്റവും അധികം പ്രശസ്തമായ ടിവി പരസ്യങ്ങൾ ഇവയാണ്.

ഇംഗ്ലണ്ട്

1.കൊക്കോ കോള – 'ക്രസ്മസ് ഈസ് കമിങ്'

2.ജോൺ ലൂയിസ്– 'മാൻ ഓൺ ദ മൂൺ'

3.യെല്ലോ പേജ്

4.ഹോണ്ട കോഗ്

5.കാഡ്ബറി – ഗോറില്ല

അമേരിക്ക

1. ഡോവ് – 'കാമ്പെയ്ൻ ഫോർ റിയൽ ബ്യൂട്ടി'
2. നൈക്ക്
3. ബി.എം. ഡബ്ളിയു
4. ഓൾഡ് സ്പൈസ്
5. റെഡ് ബുൾ

കോടികൾ മുതൽ മുടക്കുള്ള പരസ്യങ്ങൾ ടെലിവിഷനും നെറ്റും കീഴടക്കാനായി ലോകമെങ്ങും ഓരോ ദിവസവും നിർമ്മിച്ചുകൊണ്ടിരിക്കുന്നു.

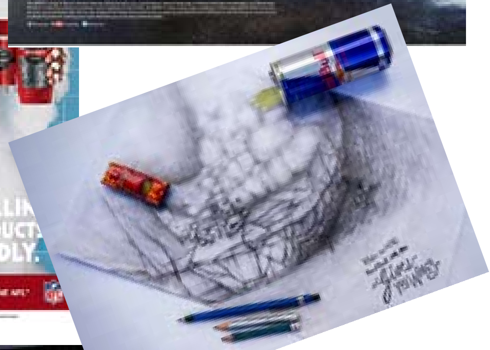

ബാറ്റൺ ബോസ്















പൊസിഷനിംഗിന്റെ ഒരു പവറേ...

അഡ്വെർട്ടൈസിംഗിന്റെ സുപ്രധാന ഘടകങ്ങളിൽ ഒന്നാണ് പൊസിഷനിംഗ്. ഒരുൽപന്നത്തിന്റെ ഇമേജ് ഉപഭോക്താക്കളുടെ മനസ്സിൽ സുവ്യക്തമായി പതിപ്പിക്കുകയാണ് ഇതിലൂടെ ലക്ഷ്യമിടുന്നത്.

മീനാക്ഷി അച്ഛനമ്മമാരുടെ ഒരേയോരു മകളാണ്. സുന്ദരിയും വിദ്യാസമ്പന്നയും മാത്രമല്ല, മൾട്ടിനാഷണൽ കമ്പനിയിൽ സോഫ്ട്വെയർ എഞ്ചിനീയറുമാണ് അവൾ.

മീനാക്ഷിക്കൊരു നല്ല ചെറുക്കനെ കണ്ടുപിടിക്കണം. വിവാഹാലോചനകൾ മുറുകി. വിവരസാങ്കേതികവിദ്യയുടെ സൃഷ്ടിയായ മീനാക്ഷി കേരളാമാട്രിമോണിയൽ വെബ്സൈറ്റിൽ തന്റെ പ്രൊഫൈൽ ഇട്ടു. വെബ്സൈറ്റിലിട്ടിട്ടു കാര്യമില്ല പത്രത്തിലൊരു പരസ്യം കൊടുക്കാം. മീനാക്ഷിയുടെ

അമ്മ അഭിപ്രായപ്പെട്ടു.

പരസ്യോം വെബ്സൈറ്റും ഒന്നും വേണ്ട, ആ ബ്രോക്കർ നാരായണനെ വിളിപ്പിക്ക്. മീനാക്ഷി. യുടെ മുത്തശ്ശി രംഗത്തെത്തി.

എല്ലാ വഴിക്കും അന്വേഷണം മുറുകി. ചെറുക്കൻ സൽസ്വഭാവിയായിരിക്കണം. അക്കാര്യത്തിൽ എല്ലാവരും ഒരേ അഭിപ്രായക്കാരായിരുന്നു.

അവസാനം ബ്രോക്കർ നാരായണൻ ഒരാലോചനയുമായെത്തി. നാരായണൻ വിശദീകരിക്കുകയാണ്. സോഫ്ട്വെയർ എഞ്ചിനീയർ, സുന്ദരൻ.

സ്വഭാവം ?

മീനാക്ഷിയുടെ അമ്മയ്ക്കറിയേണ്ടത് അതായിരുന്നു.

സൽസ്വഭാവി. പത്തരമാറ്റല്ലേ...

മീനാക്ഷിയുടെ മാതാപിതാക്കൾ ചെറുക്കന്റെ നാട്ടിൽ രഹസ്യമായി ഒരന്വേഷണം നടത്തി. ബ്രോക്കർ പറഞ്ഞത് ശരിയാണ്. ചെറുക്കൻ നാട്ടിലറിയപ്പെടുന്നതു തന്നെ സൽസ്വഭാവി എന്നാണ്.

വിവാഹം സമംഗളം നടന്നു.

ഒരു വ്യക്തി, ഒരുൽപ്പന്നം, ഒരു സ്ഥാപനം, എന്തുമായിക്കൊള്ളട്ടെ, ഇവ സമൂഹത്തിൽ അതിന്റെ മൂല്യത്തിന്റ അടിസ്ഥാനത്തിൽ പൊസിഷൻ ചെയ്യപ്പെടുകയാണ്.

അഡ്വെർട്ടൈസിംഗിന്റെ സുപ്രധാന ഘടകങ്ങളിൽ ഒന്നാണ് പൊസിഷനിംഗ്. ഒരുൽപ്പന്നത്തിന്റെ ഇമേജ് ഉപഭോക്താക്കളുടെ മനസ്സിൽ സുവ്യക്തമായി പതിപ്പിക്കുകയാണ് ഇതിലൂടെ ലക്ഷ്യമിടുന്നത്.

പൊസിഷനിംഗ് സ്റ്റേറ്റ്മെന്റ്

അഡ്വെർട്ടൈസിംഗ് ഏജൻസികളുടെ ഏറ്റവും വലിയ ബാദ്ധ്യതയും ഉത്തരവാദിത്തവുമാണ് തങ്ങളുടെ ക്ലയൻസിന്റെ ഉല്പന്നങ്ങൾക്കായി ശക്തമായ പൊസിഷനിംഗ് സ്റ്റേറ്റ്മെന്റ് ഉണ്ടാക്കുക എന്നത്.

രണ്ട് ബ്രാൻഡ് പൊസിഷനിംഗ് ഉദാഹരണങ്ങളിലൂടെ ഇത് വ്യക്തമാക്കാം.

ക്ലാസിക് പൊസിഷനിംഗ് : മലയാളത്തിന്റെ സുപ്രഭാതം

ഓരോ മലയാളിയുടെയും സ്വഭാവങ്ങളിൽ ഉറച്ചുപോയ ചില വൈകാരികഭാവങ്ങളുണ്ട്, ശീലങ്ങളുണ്ട്, ഒരു രണ്ടാം സ്വഭാവം. സെക്കന്റ് നേച്ചർ (Second nature) എന്ന് ഇതിനെ സൈക്കോളജിസ്റ്റുകൾ വിശേഷിപ്പിക്കുന്നു. ആവർത്തനങ്ങളിലൂടെ ഒരു വസ്തുവിനെ ഉപഭോക്താവ് ഇഷ്ടപ്പെടുകയും, ഗുണമേന്മയുടെ മികവുകൊണ്ട്, അത് ഒഴിവാക്കാനാവാത്ത ശീലമായി മാറുകയും ചെയ്യുന്ന





സ്വഭാവമാണ് സെക്കന്റ് നേച്ചർ.

യേശുദാസിന്റെ ഗാനം കേൾക്കാതെ മലയാളിയുടെ ഒരു ദിവസം കടന്നുപോകാറില്ല. ഇവിടെ യേശുദാസിന്റെ ഗാനം മലയാളിയുടെ സെക്കന്റ് നേച്ചർ ആണെന്നു പറയാം.

അതുപോലെ തന്നെ, ഓരോ മലയാളിയുടെയും ജീവിതവുമായി അഭേദ്യമായ ആത്മബന്ധമാണ് ഇന്ത്യയിലെ ഏറ്റവും പ്രചാരമുള്ള ദിനപ്പത്രമായ മലയാളമനോരമക്കുള്ളത്. മലയാളം, മലയാളി, മനോരമ എന്നത് തികച്ചും അന്വർത്ഥമാണ്. മലയാളിയുടെ പ്രഭാതങ്ങളെ തൊട്ടുണർത്തിക്കടന്നുപോകുന്ന അക്ഷരചൈതന്യമാണ് ഇന്ന് മലയാളമനോരമ.

മലയാളമനോരമ കൈകളിലെടുത്തുകൊണ്ടാണ് മലയാളിയുടെ പ്രഭാതം ആരംഭിക്കുന്നത്. ഈ ശീലത്തിന്റെ പ്രതിഫലനമാണ് മലയാളത്തിന്റെ സുപ്രഭാതം എന്ന മനോഹരവും ശക്തവുമായ ക്ലാസിക് പൊസിഷനിംഗ് സ്റ്റേറ്റ്മെന്റ്.

ദൈവത്തിന്റെ സ്വന്തം നാട്

വളരെ ആകസ്മികമായാണ് ലോകപ്രശസ്തമായ പല പരസ്യകാമ്പെയ്നുകളും പിറവിയെടുക്കുന്നത്. അങ്ങനെയൊരു പൊസിഷനിംഗ് സംഭവിച്ചത് നമ്മുടെ കൊച്ചു കേരളത്തിന്റെ കാര്യത്തിലാണെന്നത് തികച്ചും യാദൃച്ഛികം. ലോക ടൂറിസം ഭൂപടത്തിൽ 'ദൈവത്തിന്റെ സ്വന്തം നാടെ'ന്ന് വിഖ്യാതമായ കേരളത്തിന്റെ ആ പൊസിഷനിംഗിന്റെ പിറവിക്കു പിന്നിലെ ബുദ്ധികേന്ദ്രം വാൾട്ടർമെൻഡീസ് എന്ന ഗോവാക്കാരനായിരുന്നു.

അന്ന് മുദ്ര കമ്മ്യൂണിക്കേഷൻസിന്റെ കോർപ്പറേറ്റ് ക്രിയേറ്റീവ് ഡയറക്ടറായിരുന്നു വാൾട്ടർ. മുദ്രയുടെ ബാംഗ്ളൂർ ശാഖയുടെ അമരക്കാരനായ ടി. കെ. ഹർഷനും ഈ ഉദ്യമത്തിൽ വാൾട്ടറോടൊപ്പമുണ്ടായിരുന്നു. (ഇപ്പോൾ സ്റ്റാർക്ക് ഗ്രൂപ്പിന്റെ ചെയർമാനാണ് ടി. കെ. ഹർഷൻ).

ദൈവത്തിന്റെ സ്വന്തം നാടിന്റെ പിറവിയെക്കുറിച്ച് വളരെ രസകരമായ ഓർമ്മകൾ ഹർഷൻ രേഖപ്പെടുത്തുന്നുണ്ട് – ''കേരള ടൂറിസത്തിനുവേണ്ടി പല കാമ്പെയ്നുകളും ഞങ്ങൾ തയ്യാറാക്കി. ഞാനും വാൾട്ടറും അടുത്ത സുഹൃത്തുക്കളായിരുന്നു. 'ദൈവത്തിന്റെ സ്വന്തം നാട്' എന്ന പൊസിഷനിംഗിൽ എനിക്ക് ആദ്യം അത്ര അസാധാരണത്വമൊന്നും തോന്നിയില്ല. പക്ഷേ, അതിന്റെ ലാളിത്യം മനോഹരമായിരുന്നു.''

ഏറ്റവും കൂടുതൽ കാലം ഉപയോഗിച്ച ടൂറിസം ടാഗ് ലൈൻ എന്ന പെരുമയും ദൈവത്തിന്റെ സ്വന്തം നാടിനു സ്വന്തം.

ബ്രാൻഡ് പൊസിഷനിംഗ്:
ആൾക്കൂട്ടത്തിൽ വേറിട്ട വ്യക്തിത്വം

വിപണിയിൽ തങ്ങളുടെ ഉല്പന്നങ്ങൾക്കും സേവനങ്ങൾക്കും സ്വന്തമായ വ്യക്തിത്വം ഉണ്ടാവണമെന്നാരാണ് ആഗ്രഹിക്കാത്തത്?

ബ്രാൻഡ് പൊസിഷനിംഗ് (Brand Posotioning)എന്ന കൺസെപ്ട് അങ്ങനെയാണ് രൂപം കൊണ്ടത്. 1981 ലാണ് പൊസിഷനിംഗിന് കൃത്യമായ ഒരു വ്യക്തത വന്നതെന്ന് പറയാം. അൽ റീസ്, ജാക് ട്രൗട്ട് (Al Ries and Jack Trout) എന്ന രണ്ട് വിഖ്യാതരായ മാർക്കറ്റിങ്ങ് പ്രൊഫഷണൽസാണ് പൊസിഷനിംഗിന് ആഗോളാംഗീകാരം നേടിക്കൊടുത്തത്. ഇരുവരും ചേർന്ന് 1981 – ൽ രചിച്ച, പൊസിഷനിംഗ് – ദി ബാറ്റിൽ ഫോർ യുവർ മൈൻഡ് (Positioning: The Battle for Your Mind) എന്ന പുസ്തകം ലോകപരസ്യരംഗത്ത് വിപ്ലവകരമായ ചിന്തകൾക്ക് ഊടും പാവും നൽകി.

Brand positioning is an important tool by which advertisers differentiate their products and services in the market place. Simply stated, a brand's "position" is an idea or concept that the brand is made to represent in the mind of the consumer. Through positioning, a brand can develop a unique and meaningful image in the mind of the target audience.



കെ.ആർ. മോഹൻദാസ്
കോപ്പിറൈറ്റർ
mohanmenon999@gmail.com

പ്രശസ്തമായ ബ്രാൻഡ് പൊസിഷനിംഗ് ചില ഉദാഹരണങ്ങൾ:

Close-Up: Confident
Johnson &. Johnson: Caring
JK Tyres: In control
Liril: Fresh
Pepsi: Youthful
Van Huesen: Corporate / Power dressing
Bajaj Pulsar: Masculine / Definitely male
Thums Up: Macho
Hitachi: Perfectionists







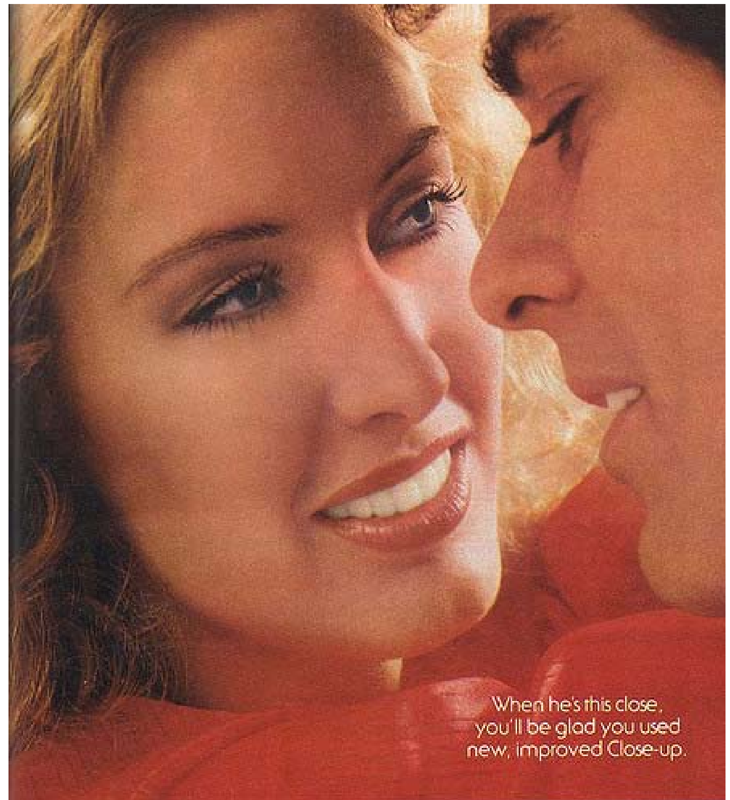














സ്വരൂപം



ജോഷി ജോർജ്
joshygeorgecartoonist@gmail.com

രാഷ്ട്രീയത്തിലെ അതികായൻ ചരിത്രമായി

നീണ്ട 54 സംവത്സരം കേരള നിയമസഭയിൽ പാലായെ പ്രതിനിധീകരിച്ചിരുന്ന കെ.എം. മാണി ഓർമ്മയായി. കർമ്മമേഖലയിലെ പ്രാവീണ്യം കൊണ്ട് ചരിത്രത്തിൽ ഇടം പിടിക്കുന്ന ചില അപൂർവ്വ പ്രതിഭകളുണ്ട്. അത്തരം പ്രതിഭകളുടെ നിരയിൽ തലയെടുപ്പോടെ ഇക്കണ്ടകാലമത്രയും നിലയുറപ്പിച്ചിരുന്ന മനുഷ്യൻ. 1965 മുതൽ 13 തെരഞ്ഞെടുപ്പുകളിൽ തോൽവിയറിയാതെ കേരള രാഷ്ട്രീയത്തിൽ ജൈത്രയാത്ര നടത്തി. ഏറ്റവും കൂടുതൽ കാലം എം.എൽ.എയായതിന്റെ റെക്കോഡ് 2014 മാർച്ച് 12-നു തന്നെ അദ്ദേഹം കരസ്ഥമാക്കി.

കർഷകന്റെയും സാധാരണക്കാരന്റെയും പാവങ്ങളുടെയും കരം കവർന്ന കറകളഞ്ഞ സേവനപടു. കേരളത്തെ മാത്രമല്ല, ഇന്ത്യൻ രാഷ്ട്രീയത്തെപോലും പലപ്പോഴും തന്നിലേക്ക് ആകർഷിപ്പിക്കുംവിധം നേതാക്കളുമായുള്ള ഇഴമുറിയാത്ത അടുപ്പവും വാക്ചാതുരിയും. കേരളം കണ്ട മികച്ച ധന-നിയമകാര്യ മന്ത്രിയും നേതാക്കളിലൊരാളും. നിയമസഭയിൽ 13 തവണ ബജറ്റ് അവതരിപ്പിച്ചു. അതിന് മാണിയെ പ്രാപ്തമാക്കിയത് അരികുവൽകരിക്കപ്പെട്ടവരോടുള്ള അദ്ദേഹത്തിന്റെ അണമുറിയാത്ത സ്നേഹം തന്നെ.

മത്തായി മാഞ്ഞൂരാൻ, ശ്രീകണ്ഠൻനായർ, വടക്കനച്ചൻ മുതലായവർ വിതച്ച് വിളയെടുക്കാനാകാതെ പോയ കേരളത്തിന്റെ രാഷ്ട്രീയ മണ്ണിൽ കെ.എം. മാണി ഏതാണ്ട് ഒറ്റയാൾ പോരാട്ടത്തിലൂടെയാണ് തന്റേതായ ഇടം നേടിയത്. മാറിമറിയുന്ന കേരള രാഷ്ട്രീയ ഭൂമികയിൽ കർഷകരുടെ നട്ടെല്ലായി കേരള കോൺഗ്രസിനെ പാർട്ടി ചിഹ്നമായ രണ്ടിലപോലെ എന്നെന്നും ഹരിതാഭമാക്കി നിർത്തി. അതിന് സഹായകമായത് അനാരോഗ്യത്തിനും പ്രായത്തിനും ശത്രുക്കൾക്കും തളർത്താനാകാത്ത കർമകുശലതയും കൂർമബുദ്ധിയുംതന്നെ.

കോട്ടയം ജില്ലയിലെ പാലായിൽ ജനിച്ച് പാലാക്കാരനായി നിറഞ്ഞു നിൽക്കുമ്പോൾ തന്നെ കേരളത്തിലും രാജ്യതലസ്ഥാനത്തും അനുനായികളുടെയും നേതാക്കളുടെയും ‘മാണിസാർ’ എന്നെന്നും തിളങ്ങി നിന്നു. കെ.എം. മാണി എന്നത് രേഖകളിൽ മാത്രമായ നാമമായി. പാലാപട്ടണത്തിലെ ആ വീട്ടിലേക്ക് കടന്നുചെല്ലാൻ കേരളകോൺഗ്രസുകാരൻ എന്ന ലേബൽ വേണ്ടായിരുന്നു. പാലായിലെ ഓരോ തെരുവുകൾക്കും മാണിയെ പരിചയമുണ്ട്, പണ്ഡിതനും പാമരനും. അതിന്റെ ദൃഷ്ടാന്തമാണ് അദ്ദേഹത്തിന്റെ സ്വന്തമായ അധ്വാനവർഗ സിദ്ധാന്തവും കർഷകത്തൊഴിലാളി പെൻഷൻപദ്ധതിയും പാവപ്പെട്ട രോഗികൾക്കുള്ള കാരുണ്യ ലോട്ടറിയും. പാലായെ ക്ഷീരപുരിയെന്ന് അഭിസംബോധനചെയ്യുന്ന കവിതയിൽ കെ.എം. മാണിയെക്കുറിച്ച് മഹാകവി പാലാ നാരായണൻനായർ കുറിച്ചിട്ടതിങ്ങനെ:

‘ജന്മം നൽകിയ നാടിനെപ്പരിചരിച്ചന്വർത്ഥമാക്കി ഭവൽ-
കർമം ക്ഷീരപുരിക്ക് നാഗസുകൃതം കൈവന്നു
തേജോമയം’.

ഒരു പൊതുപ്രവർത്തകന് ഒരു മഹാകവിയിൽനിന്ന് ഇതിലപ്പുറം എന്ത് അഭിനന്ദനമാണ് ലഭിക്കാനുള്ളത്. മലയാളികളുടെ പൊതുവായ പ്രശംസാവാചകങ്ങൾ തന്നെയാണവ. മാണിയെപ്പോലെ പൊതുപ്രവർത്തനത്തിന്റെ സുവർണ ജൂബിലി ആഘോഷിക്കാൻ ഭാഗ്യം സിദ്ധിച്ച ആദ്യവ്യക്തി. കേരള കോൺഗ്രസ് പ്രസ്ഥാനത്തിന് രൂപം കൊടുത്തവർ കെ.എം. മാണിയുടെ മുൻഗാമികളായ കെ.എം. ജോർജും പി.ടി. ചാക്കോയുമൊക്കെയാണെങ്കിലും ആ പ്രസ്ഥാനത്തെ നിർണായക ശക്തിയാക്കിയവരിൽ മുഖ്യൻ മാണിയാണെന്നതിൽ ആർക്കും തർക്കമില്ല. ആ മനുഷ്യസ്നേഹിക്ക് ഞങ്ങളുടെ ഹൃദയാഞ്ജലി.



ഒന്നു ചിരിക്കൂ ... ഒരിക്കൽ കൂടി...





'നദി' എന്ന സിനിമയിലെ രംഗങ്ങൾ

ഇന്നത്തെ ഹൗസ്ബോട്ടുകൾ

'വേനൽക്കാലത്ത് പാർക്കാൻ വരുന്ന രണ്ടു പേരുടെ പ്രണയകഥ. ആരും കാണാതെ ഓളവും തീരവും ആലിംഗനങ്ങളിൽ മുഴുകുന്ന കാഴ്ച.' ഒരു സംരംഭകൻ അതിന്റെ വ്യവസായ സാധ്യതയാണ് പരിശോധിച്ചത്. അങ്ങനെയാണ് ചരക്കുഗതാഗതത്തിന് ഉപയോഗിച്ചിരുന്ന കെട്ടുവള്ളങ്ങൾ ഇന്നത്തെ ഹൗസ്ബോട്ടുകളായി പരിണമിച്ചത്. ഓളവും തീരവും ആലിംഗനം ചെയ്യുന്ന കുട്ടനാടൻ കടത്തുകാണാൻ ആയിരങ്ങൾ വിദേശത്ത്നിന്ന് ഇവിടേക്ക് ഒഴുകിയെത്തി. കേരളാടൂറിസത്തിന്റെ ചരിത്രത്തെ തന്നെ അത് മാറ്റി മറിച്ചു.

നൂതനആശയങ്ങൾ ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് സ്വീകാര്യമായ ബിസിനസ്സുകളായി മാറ്റുക എന്നതാണ് സംരംഭകത്വം. ഈ ആശയത്തെക്കുറിച്ച് എഴുതുമ്പോൾ മനസ്സിലേക്ക് തിരയടിച്ചു വരുന്നത് 'നദി' എന്ന സിനിമയിലെ രംഗങ്ങളാണ്. വിൻസന്റ് സംവിധാനം ചെയ്ത ആ ചിത്രത്തിൽ അദ്ദേഹം ക്യാമറയിൽ ഒപ്പിയെടുത്ത മനോഹരമായ ഗാനരംഗം മലയാളികളുടെ മനസ്സിൽ ഇന്നും മങ്ങലേൽക്കാതെ നിൽക്കുന്നുണ്ട്. വയലാറിന്റെ ഹിറ്റ് ഗാനമായ 'ആയിരം പാദസരങ്ങൾ കിലുങ്ങി ആലുവാപുഴ പിന്നെയും ഒഴുകി' എന്ന ഗാനം മറക്കുക എളുപ്പമല്ല.

'വേനൽക്കാലത്ത് പാർക്കാൻ വരുന്ന രണ്ടു പേരുടെ പ്രണയകഥ. ആരും കാണാതെ ഓളവും തീരവും ആലിംഗനങ്ങളിൽ മുഴുകുന്ന കാഴ്ച.' ഒരു സംരംഭകൻ അതിന്റെ വ്യവസായ സാധ്യതയാണ് പരിശോധിച്ചത്. അങ്ങനെയാണ് ചരക്കുഗതാഗതത്തിന് ഉപയോഗിച്ചിരുന്ന കെട്ടുവള്ളങ്ങൾ ഇന്നത്തെ ഹൗസ്ബോട്ടുകളായി പരിണമിച്ചത്. ഓളവും തീരവും ആലിംഗനം ചെയ്യുന്ന കുട്ടനാടൻ കടത്തുകാണാൻ ആയിരങ്ങൾ വിദേശത്ത്നിന്ന് ഇവിടേക്ക് ഒഴുകിയെത്തി. കേരളാടൂറിസത്തിന്റെ ചരിത്രത്തെ തന്നെ അത് മാറ്റി മറിച്ചു. എത്രയെത്ര തൊഴിൽ ദിനങ്ങളും വിദേശനാണയങ്ങളുമാണ് അതുവഴി നമുക്ക് സമ്മാനമായി കിട്ടിയത്. ഇതാണ് ഒരു സംരംഭകന് തന്റെ സമൂഹത്തോട് ചെയ്യാൻ കഴിയുന്ന മഹത്തായ സേവനം. വ്യക്തികളെ സംരംഭകനാക്കുന്നത് നൂതന ആശയങ്ങളും കഠിനാദ്ധ്വാനവും കാര്യങ്ങൾ നടത്തി എടുക്കും എന്ന ദൃഢനിശ്ചയവുമാണ്. ഭരണകൂടവും സർക്കാരും സൃഷ്ടിക്കുന്നതിനേക്കാൾ കൂടുതൽ തൊഴിൽ അവസരം സൃഷ്ടിക്കുന്നവരാണ് സംരംഭകർ. വെറും പലചരക്കു കടക്കാരനായി ജീവിതം ആരംഭിച്ച സാംവൾട്ടൺ 'വാൾമാർട്ട്' എന്ന തന്റെ പ്രസ്ഥാനത്തിലൂടെ പതിനെട്ടുലക്ഷം പേർക്കാണ് തൊഴിൽ കൊടുത്തത്. സംരംഭകരിൽ കാണുന്ന ഭാവനവിലാസവും റിസ്ക് എടുക്കുന്നതിനുള്ള തന്റേടവും പുതുമക്കുവേണ്ടിയുള്ള അന്വേഷണവും കാര്യങ്ങൾ ചെയ്തുതീർക്കാനുള്ള അഭിനിവേശവുമാണ് അവനെ ഇതിന് പ്രാപ്തനാക്കുന്നത്. ഇത് അനേകർക്ക് സന്തോഷത്തോടെ ജീവിക്കാനുള്ള അവസരം ഒരുക്കുന്നു.

ഏതുകോണിലൂടെ നോക്കിയാലും സംരഭകത്വം മഹനീയമായ കല തന്നെയാണ്. കാര്യങ്ങൾ നേടിയെടുക്കാനുള്ള തീവ്രമായ ആഗ്രഹം, റിസ്ക് എടുക്കാനുള്ള ധൈര്യം സാഹചര്യങ്ങളുടെ സമ്മർദ്ദം നേരിടാനുള്ള കരുത്ത് ഇവയുണ്ടെങ്കിൽ ഉടനെ ബിസിനസ്സ് അവസരങ്ങൾ കണ്ടെത്തുന്നതിനുള്ള തയ്യാറെടുപ്പ് നടത്തുക.

സർക്കാരിനാകട്ടെ തങ്ങളുടെ നിലനിൽപ്പിന് ആവശ്യമായ പണം നികുതിപിരിവിലൂടെ പ്രതിഫലമില്ലാതെ ലഭ്യമാകുന്നു. ഏതുകോണിലൂടെ നോക്കിയാലും സംരഭകത്വം മഹനീയമായ കല തന്നെയാണ്. കാര്യങ്ങൾ നേടിയെടുക്കാനുള്ള തീവ്രമായ ആഗ്രഹം, റിസ്ക് എടുക്കാനുള്ള ധൈര്യം സാഹചര്യങ്ങളുടെ സമ്മർദ്ദം നേരിടാനുള്ള കരുത്ത് ഇവയുണ്ടെങ്കിൽ ഉടനെ ബിസിനസ്സ് അവസരങ്ങൾ കണ്ടെത്തുന്നതിനുള്ള തയ്യാറെടുപ്പ് നടത്തുക. സംരംഭങ്ങൾ തുടങ്ങാനായി എടുത്തുചാടുക. സംരംഭകനാകുക. എത്ര യുദ്ധവിമാനങ്ങൾ ആകാശത്തിലൂടെ പറന്നാലും ആലുവാപ്പുഴ പാദസരങ്ങൾ കിലുക്കി ചിരിച്ചുകൊണ്ടേയിരിക്കും. ●



ബോബൻ കൊള്ളന്നൂർ
bobankollannur@gmail.com

KOCHI TECH SUMMIT

15 JUNE 2019

evento is a Corporate Event Management & Training Company based in Bangalore.
We organise conferences, summits & workshops across India.

Kochi is an emerging city with various innovative tech startups, which brought into notice to launch our event Kochi Tech Summit 2019.

This Summit will be an ideal platform for the people from industries, technologies to understand and to leverage the latest technical use cases, work & innovations on our businesses and daily lives.

The Tech Summit provides a unique opportunity to connect with fellow digital enthusiasts working new technologies, domain & fields by bringing people together ranging from the MNCs, Industries, start-ups, regulators, education institutes, the biggest Corporate etc.

This event gives an opportunity to explore a myriad of themes and topics such as Emerging Technologies like Blockchain, IoT, AI & ML, Augmented Reality, Industry 4.0 and much more.

Tech Summit will bring Founders & Co-founders, Investors, Innovators, Developers, Students and C-Level decision makers at the same place.

Great opportunity to meet Industry experts, have Interactive sessions, panel discussion, exchange ideas, networks and establish relationships with other like-minded communities.

Our topic experts from Bangalore & Kerala will be part of this summit, so participants can have an opportunity to interact with and learn from them.

This helps its participants/delegates to understand how the new technologies work in the view of business/start-ups."

For Tech Summit details - https://www.eventoplanning.com/kochitechsummit

Corporate office:

1st Floor, Uniworld Commercial Block, Neeladri Road,
Electronic City Phase 1, Bengaluru, Karnataka 560 100
Ph: 080 - 40951154, 097425 71119
contact@eventoplanning.com

Organiser:



Media Partner:

ഇഫെക്ടീവ് ആഡ്കോം EFFECTIVE ADCOM
THE FIRST ADVERTISING & MARKETING MAGAZINE IN MALAYALAM





ദേവ പ്രശാന്ത് മീഡിയ ഹബ് & ജീവൻ സൗണ്ട് പ്രൊഡക്ഷൻ എന്ന 7.1 സറൗണ്ട് സൗണ്ട് റെക്കാർഡിങ്ങ് സ്റ്റുഡിയോയുടേയും അഡ്വാൻസ്ഡ് പോസ്റ്റ് പ്രൊഡക്ഷൻ ഹബ്ബിന്റെയും ഉത്ഘാടനം ശ്രീ. പ്രശാന്ത് നായർ IAS (മുൻ കോഴിക്കോട് കളക്ടർ) നിർവ്വഹിക്കുന്നു.

ദേവ പ്രശാന്ത് മീഡിയ ഹബ് & ജീവൻ സൗണ്ട് പ്രൊഡക്ഷൻ എന്ന 7.1 സറൗണ്ട് സൗണ്ട് റെക്കാർഡിങ്ങ് സ്റ്റുഡിയോയുടേയും അഡ്വാൻസ്ഡ് പോസ്റ്റ് പ്രൊഡക്ഷൻ ഹബ്ബിന്റെയും ഉത്ഘാടനം ഏപ്രിൽ 24 ന് ശ്രീ. പ്രശാന്ത് നായർ IAS (മുൻ കോഴിക്കോട് കളക്ടർ) നിർവ്വഹിച്ചു.

കൊച്ചി ആസ്ഥാനമായി പ്രവർത്തിക്കുന്ന ISO9001:2015 സർട്ടിഫൈഡ് കമ്പനി ആയ ദേവപ്രശാന്ത് എറ്റേർണിറ്റി പ്രൈവറ്റ് ലിമിറ്റഡിന്റെ മൂന്നാമത്തെ ഡിവിഷനാണിത്.

സിനിമ, ടെലിവിഷൻ, റേഡിയോ, മ്യൂസിക്, പരസ്യങ്ങൾ, ഷോർട്ട് ഫിലിം, ഗെയിംസ്, ഓൺലൈൻ സ്ട്രീമിംഗ് എന്നീ മേഖലകളിലെ പ്രൊഡക്ഷന് അവശ്യമായ 7.1/5.1/2.1 സൗണ്ട് മിക്സിങ്ങ്, ഡബ്ബിങ്ങ് അഡ്വാൻസ്ഡ് സൗണ്ട് ഡിസൈനിംഗ്, ബാക്ക് ഗ്രൗണ്ട് സ്കോറിംഗ്, മ്യൂസിക് കമ്പോസിംഗ് ആൻഡ് പ്രോഗ്രാമിംഗ്, വീഡിയോ എഡിറ്റിംഗ്, വി.എഫ്.എക്സ്, സി.ജി.ഐ എന്നിവ ഇവിടെ ലഭ്യമാണ്. ലോക സിനിമയിൽ ആദ്യമായി റേറ്റിംഗ് ബേസ്ഡ് ഇൻ ഫിലിം ബ്രാൻഡിംഗ് അവതരിപ്പിച്ച ദേവപ്രശാന്ത് ഫിലിംസ് മറ്റൊരു ഡിവിഷനാണ്. ഇതിനകം പല ഭാഷകളിലായി 20ൽപരം സിനിമകളുടെ ഇൻഫിലിം ബ്രാൻഡിംഗ് കൺസൾട്ടിംഗ് ചെയ്തിട്ടുണ്ട്.

ദേവപ്രശാന്ത് മോഷൻ പിക്ചർ എന്ന മറ്റൊരു ഡിവിഷൻ, സിനിമ, ടെലിവിഷൻ, ഓൺലൈൻ റേഡിയോ, മ്യൂസിക്, ഗെയിംസ്, ഓൺലൈൻ സ്ട്രീമിംഗ് എന്നീ മേഖലകളിലെ പ്രൊഡക്ഷൻ, പ്രോജക്ട് കൺസൾട്ടിംഗ്, പ്രോജക്ട് ഡിസൈനിംഗ് എന്നിവയുമായി ബന്ധപ്പെട്ടു പ്രവർത്തിക്കുന്നു.

ദേവപ്രശാന്ത് മീഡിയ ഹബ് & ജീവൻ സൗണ്ട് പ്രൊഡക്ഷന്റെ പ്രവർത്തനങ്ങൾ കൂടുതൽ അറിയുവാൻ 96564 60999, 94008 62000

Email:devaprasanthmediahub@gmail.com

എസ്ബിഐ മേയ് 1 മുതൽ നിരക്കുകളിൽ മാറ്റങ്ങൾ

രാജ്യത്തെ ഏറ്റവും വലിയ ബാങ്കായ എസ്ബിഐ മേയ് ഒന്നുമുതൽ ചില മാറ്റങ്ങൾ കൊണ്ടുവരുന്നു. ഒരു ലക്ഷം രൂപയ്ക്ക് മുകളിലുള്ള സേവിങ്സ് ഡെപ്പോസിറ്റുകൾ ആർബിഐ റിപ്പോ നിരക്കുമായി ബന്ധിപ്പിക്കും. റിപ്പോ നിരക്കിനേക്കാൾ 2.75 ശതമാനം താഴെയായിരിക്കും ഡെപ്പോസിറ്റ് നിരക്ക്. അതായത് മേയ്ക്ക് ശേഷം ആർബിഐ നിരക്ക് കുറച്ചാലും കൂട്ടിയാലും ആ മാറ്റം ഡെപ്പോസിറ്റ് പലിശനിരക്കുകളിലും പ്രതിഫലിക്കും. ആർബിഐ മോണിറ്ററി പോളിസിയിലുള്ള ഏതൊരു മാറ്റവും ഉപഭോക്താവിലേക്കെത്തുന്ന പ്രക്രിയ കൂടുതൽ വേഗത്തിലാക്കുകയാണ് ഈ മാറ്റത്തിന്റെ ലക്ഷ്യം. ഒരു ലക്ഷം രൂപയ്ക്ക് മുകളിൽ ഡെപ്പോസിറ്റ് ഉള്ള അക്കൗണ്ട് ഉടമകൾക്ക് റിപ്പോ നിരക്കിനേക്കാൾ 2.75 ശതമാനം താഴെയായിരിക്കും പലിശ നിരക്ക് നിശ്ചയിക്കുക. ഒരു ലക്ഷം രൂപ പരിധിയുള്ള എല്ലാ കാഷ് ക്രെഡിറ്റ് അക്കൗണ്ടുകളും, ഹ്രസ്വകാല വായ്പാകളും, ഓവർ ഡ്രാഫ്റ്റുകളും റിപ്പോയുമായി ബന്ധിപ്പിക്കും. വായ്പാ നിരക്ക് നിശ്ചയിക്കുന്നതിലെ അടിസ്ഥാന നിരക്കായ MCLR 5 ബേസിസ് പോയിന്റ് കുറക്കുകയും ചെയ്തിട്ടുണ്ട്. ഒരു വർഷത്തേക്കുള്ള MCLR നിരക്ക് ഇപ്പോൾ 8.50 ശതമാനമാണ്. 30 ലക്ഷം രൂപയ്ക്ക് താഴെയുള്ള ഭവനവായ്പയുടെ പലിശ നിരക്ക് 0.10 ശതമാനം കുറച്ചിട്ടുണ്ട്. ഏറ്റവും കുറഞ്ഞ നിരക്ക് 8.70 ശതമാനത്തിൽനിന്ന് 8.60 ശതമാനമായി കുറയും. ഉയർന്ന നിരക്ക് ഒൻപതു ശതമാനത്തിൽ നിന്ന് 8.90 ശതമാനമായാണ് കുറയുക.

ഇന്ത്യന്‍ ഓണ്‍ലൈന്‍ വിപണി 12ലക്ഷം കോടി രൂപയുടേതാകും

ഇന്ത്യയിലെ ഓണ്‍ലൈന്‍ റീട്ടെയില്‍ വിപണി പ്രതിവര്‍ഷം ശരാശരി 23ശതമാനം നിരക്കില്‍ വളരുമെന്ന് പഠനം. 2030-ഓടെ ഈ വിപണി 17000കോടി ഡോളറിന്റേതാകുമെന്ന് അമേരിക്കന്‍ ധനകാര്യസ്ഥാപനമായ ജെ ഫ്രീസിന്റെ പഠനം വെളിപ്പെടുത്തുന്നു. ഇന്ത്യയിലെ സംഘടിത റീട്ടെയില്‍ വിപണിയുടെ 25ശതമാനമാണ് ഇപ്പോള്‍ ഓണ്‍ലൈന്‍ വിപണി. ഇത് 37 ശതമാനമായി വളരുമെന്ന് പഠനം വ്യക്തമാക്കുന്നു. ഉയര്‍ന്ന വിലക്കിഴിവ്, കാഷ് ബാക്ക് ഓഫറുകള്‍ എന്നിവയാണ് ഓണ്‍ലൈന്‍ വിപണിയുടെ വളര്‍ച്ചയ്ക്ക് കാരണമാകുന്നത്.

നബാര്‍ഡില്‍ നിന്ന് ആര്‍ബിഐ പിന്മാറി

നബാര്‍ഡിലേയും നാഷണല്‍ ഹൗസിംഗ് ബാങ്കിലെയും (NHB) ഓഹരി പങ്കാളിത്തം പൂര്‍ണമായും വിറ്റഴിച്ച് ആര്‍ബിഐ. നബാര്‍ഡിലെ ഓഹരി പങ്കാളിത്തം 20 കോടി രൂപയ്ക്കും എന്‍എച്ച്ബിയിലേത് 1,450 കോടി രൂപയ്ക്കുമാണ് വിറ്റത്. ഇതോടെ രണ്ട് ധനകാര്യ സ്ഥാപനങ്ങളിലും കേന്ദ്ര സര്‍ക്കാരിന് 100 ശതമാനം ഓഹരി പങ്കാളിത്തമുണ്ടാകും.

മുന്‍പ് നബാര്‍ഡില്‍ ആര്‍ബിഐയ്ക്ക് 72.5 ശതമാനം ഓഹരി വിഹിതമുണ്ടായിരുന്നു. 1,450 കോടി രൂപയായിരുന്നു ഇതിന്റെ മൂല്യം. ഇതില്‍ 71.5 ശതമാനം ഒക്ടോബര്‍ 2010 ന് ഡൈവെസ്റ്റ് ചെയ്തിരുന്നു. ബാക്കിയുള്ള ഓഹരികളാണ് ഇപ്പോള്‍ വിറ്റത്. എന്‍എച്ച്ബിയില്‍ ആര്‍ബിഐയ്ക്ക് 100 ശതമാനം ഓഹരി പങ്കാളിത്തമുണ്ടായിരുന്നു.

IAA യ്ക്ക് പുതിയ വൈസ് പ്രസിഡന്റ്



ഇന്റര്‍ നാഷണല്‍ അഡ്വര്‍ടൈസിംഗ് അസോസിയേഷന്‍ വൈസ് പ്രസിഡന്റായി തെരഞ്ഞെടുക്കപ്പെട്ട രമേഷ് നാരായണന്‍. കാന്‍കോ അഡ്വര്‍ടൈസിംഗ് സ്ഥാപകനാണ്.

ആമസോണ്‍ ചൈനയിലെ പ്രവര്‍ത്തനം അവസാനിപ്പിക്കുന്നു



ആമസോണ്‍ ചൈനയിലെ ഓണ്‍ലൈന്‍ സ്റ്റോറുകളുടെ പ്രവര്‍ത്തനം അവസാനിപ്പിക്കുന്നു. ഈ വര്‍ഷം ജൂലൈ 18 ഓടെ ഇത് നടപ്പാക്കാനാണ് ആമസോണിന്റെ ആലോചന. എല്ലാ വില്‍പ്പനക്കാര്‍ക്കും ഇത് സംബന്ധിച്ച് യുഎസ് ഇ-കൊമേഴ്സ് ഭീമന്‍ അറിയിപ്പ് നല്‍കി. ആമസോണിന്റെ മാര്‍ക്കറ്റ് പ്ലേസ് പ്രവര്‍ത്തനം അവസാനിപ്പിക്കുകയാണെന്നാണ് കമ്പനി അറിയിച്ചിരിക്കുന്നത്.

2018ലെ കണക്കുകള്‍ പ്രകാരം ചൈനീസ് ഇ-കൊമേഴ്സ് വിപണി വാഴുന്നത് ആലിബാബ ഗ്രൂപ്പ്, ജെഡി ഡോട്ട് കോം തുടങ്ങിയ കമ്പനികളാണ്. ആലിബാബ ഗ്രൂപ്പിന്റെ ഉടമസ്ഥതയിലുള്ള ടി മാള്‍, ജെഡി ഡോട്ട് കോം തുടങ്ങിയവയ്ക്ക് ചൈനീസ് വിപണിയില്‍ 82 ശതമാനം വിഹിതമുണ്ട്.

ലയ്ക കമ്പനിക്കെതിരെ ചൈന



പരസ്യചിത്രത്തിലൂടെ ചൈനയെ പ്രകോപിപ്പിച്ച ജര്‍മന്‍ ക്യാമറാനിര്‍മാതാക്കളായ ലയ്ക കുരുക്കില്‍. ലയ്ക ക്യാമറയുമായി ലോകമെങ്ങുമുള്ള പത്രഫൊട്ടോഗ്രഫര്‍മാര്‍ അപകടമേഖലയില്‍ പണിയെടുക്കുന്നു എന്നു സ്ഥാപിക്കുന്ന പരസ്യചിത്രത്തില്‍, 1989ലെ ടിയനന്‍മെന്‍ സ്ക്വയര്‍ പ്രക്ഷോഭം പശ്ചാത്തലമാക്കിയതിനെതിരെ ചൈനയിലെ സാമൂഹികമാധ്യമങ്ങള്‍ രംഗത്തു വരികയായിരുന്നു. പരസ്യവും അതേ സംബന്ധിച്ചുള്ള കമന്റുകളും ബ്ലോക്ക് ചെയ്തു. ജനാധിപത്യപ്രക്ഷോഭത്തില്‍ ആയിരക്കണക്കിന് ആളുകള്‍ കൊല്ലപ്പെട്ടത് ചൈന സര്‍ക്കാര്‍ പരാമര്‍ശിക്കാന്‍ ഇഷ്ടപ്പെടാത്ത വിഷയമാണ്. ബ്രസീലിലെ ഒരു ഏജന്‍സി നിര്‍മിച്ച പരസ്യചിത്രത്തിന് കമ്പനി ഔദ്യോഗികമായി അനുവാദം നല്‍കിയിട്ടില്ലെന്ന് ലയ്കയുടെ വക്താവ് പ്രതികരിച്ചു.

ദി ടൈംസ് ഓഫ് ഇന്ത്യ ഒന്നാമത്



ഇന്ത്യൻ റീഡർഷിപ്പ് സർവ്വേയുടെ റിപ്പോർട്ട് പ്രകാരം ദി ടൈംസ് ഓഫ് ഇന്ത്യ ഇംഗ്ലീഷ് പത്രങ്ങളിൽ 1.3 കോടി വായനക്കാരുമായി ഒന്നാമതെത്തി. തൊട്ടു പിന്നിൽ ദി ഹിന്ദു 62 ലക്ഷം വായനക്കാരുമായി രണ്ടാം സ്ഥാനത്തും 37 ലക്ഷം വായനക്കാരുമായി ദി ഇക്കണോമിക്സ് ടൈംസ് മൂന്നാം സ്ഥാനത്തും.

വൈദ്യുത ബൈക്കുമായി ഷവോമി



സ്മാർട്ട് ഫോണുകളിലൂടെ വിപണിയിൽ പേരെടുത്ത ചൈനീസ് കമ്പനിയായ ഷവോമി പുതിയ വൈദ്യുത ബൈക്ക് അവതരിപ്പിച്ചു. ഹിമോ ടി1 എന്നു പേരിട്ടിരിക്കുന്ന ബൈക്ക് ഷവോമിയുടെ മൂന്നാമത്തെ വൈദ്യുത ബൈക്കാണ്. ഹിമോ വി 1, ഹിമോ സി 20 എന്നിവയായിരുന്നു ഹിമോ ടി1 ന്റെ മുൻഗാമികൾ.

മൊബൈൽ ആപ്പുമായി സിയാൽ

കൊച്ചി അന്താരാഷ്ട്ര വിമാനത്താവള കമ്പനി മൊബൈൽ ആപ് പുറത്തിറക്കി. കൊച്ചിൻ എയർപോർട്ട് എന്ന് പേരുള്ള ആപ് ആൻഡ്രോയ്ഡ്, ഐ.ഒ.എസ്. പ്ലാറ്റ്ഫോമുകളിൽ ലഭ്യമാണ്. ഗൂഗിൾ പ്ലേസ്റ്റോർ, ആപ്സ്റ്റോർ എന്നിവയിലൂടെ സൗജന്യമായി ആപ് ലഭ്യമാക്കാം. വിമാനത്താവളവുമായി ബന്ധപ്പെട്ട ഏറ്റവും പുതിയ വിവരങ്ങൾ ലളിതമായി ലഭ്യമാക്കാൻ ഉദ്ദേശിച്ച് തയ്യാറാക്കിയിട്ടുള്ള ആപ്പിൽ വിമാനങ്ങളുടെ കൃത്യമായ സമയപ്പട്ടിക, കാലാവസ്ഥ, ഗേറ്റ് മാറ്റവുമായി ബന്ധപ്പെട്ട് അറിയിപ്പുകൾ ബാഗേജ് ലഭ്യമാകുന്ന ഇടം, പാർക്കിങ്ങ് സൗകര്യം തുടങ്ങി യാത്രക്കാർക്ക് അറിയേണ്ടതായ കാര്യങ്ങൾ എല്ലാം തന്നെ ഈ ആപ്പിൽ ഉണ്ട്.

എഫ്എംസിജി മേഖലയിൽ വളർച്ച നിരക്ക് കുറയുമെന്ന് റിപ്പോർട്ട്

2018 ലെ വളർച്ചാ നിരക്കുമായി താരതമ്യപ്പെടുത്തുമ്പോൾ മേഖലയിലെ വളർച്ചയിൽ ഏകദേശം രണ്ട് ശതമാനത്തിന്റെ കുറവുണ്ടാകുന്നതായാണ് വിപണി ഗവേഷണ ഏജൻസിയായ നീൽസണിന്റെ കണ്ടെത്തൽ.

കാർഷിക മേഖലയിലെ പ്രതിസന്ധി കാരണം ഗ്രാമപ്രദേശങ്ങളിൽ നിന്നുള്ള ആവശ്യകത കുറയുന്നതാണ് പ്രധാനമായും എഫ്എംസിജി രംഗത്ത് വളർച്ചാ നിരക്ക് കുറയാനുള്ള കാരണമായി ചൂണ്ടിക്കാണിക്കുന്നത്. എഫ്എംസിജി രംഗത്തെ വളർച്ചാ നിരക്ക് താഴുന്നതിൽ അത്ഭുതപ്പെടാനില്ലെന്നാണ് നീൽസൺ പറയുന്നത്. സമ്പദ്‌വ്യവസ്ഥ മുഴുവനായും ഈ മാന്ദ്യ പ്രവണത കാണാനാകുന്നുണ്ടെന്നും റിപ്പോർട്ട് ചൂണ്ടിക്കാട്ടുന്നു.

പത്രസ്വാതന്ത്ര്യത്തിൽ ഇന്ത്യ പിന്നോട്ട്

പത്രസ്വാതന്ത്ര്യത്തിൽ ലോകത്തെ 180 രാജ്യങ്ങളുടെ പട്ടികയിൽ ഇന്ത്യയ്ക്ക് 140-ാം സ്ഥാനം. മുൻവർഷം ഇത് 138 ആയിരുന്നു. ഇന്ത്യയിൽ തിരഞ്ഞെടുപ്പുകാല പത്രപ്രവർത്തനം അപകടകരമാണെന്നും പാരീസ് ആസ്ഥാനമായ റിപ്പോർട്ടേഴ്സ് വിത്തൗട്ട് ബോർഡേഴ്സ് പ്രസിദ്ധീകരിച്ച റിപ്പോർട്ടിൽ പറയുന്നു. പത്രസ്വാതന്ത്രത്തിൽ നോർവേ ഒന്നാമതും ഏറ്റവും പിന്നിൽ തുർക്ക്മെനിസ്ഥാനും ആണ്.

ജിഎസ്ടി റിട്ടേൺ ഫയൽ ചെയ്തില്ലെങ്കിൽ ഇ-വേ ബില്ലും ഇല്ല

രണ്ടു മാസം തുടർച്ചയായി ജിഎസ്ടി റിട്ടേൺ ഫയലിംഗ് മുടക്കുന്നവരെ ചരക്കുനീക്കത്തിനുള്ള ഇ-വേ ബിൽ ജനറേറ്റ് ചെയ്യുന്നതിൽ നിന്നും വിലക്കും. 2019 ജൂൺ 21 മുതലാണ് ഈ വ്യവസ്ഥ നിലവിൽ വരികയെന്ന് കേന്ദ്ര ധനമന്ത്രാലയം അറിയിച്ചു.

ജിഎസ്ടി കോംപോസിഷൻ സ്കീമിന് കീഴിലുള്ള ബിസിനസുകൾ, തുടർച്ചയായി രണ്ടു തവണ ജിഎസ്ടി ഫയലിംഗ് മുടക്കിയാൽ (അതായത് 6 മാസം) അവർക്ക് ഇ-വേ ബിൽ ജനറേറ്റ് ചെയ്യാനുള്ള അനുമതി ലഭിക്കില്ല.

ജിഎസ്ടി നിയമമനുസരിച്ച് പ്രതിമാസ റിട്ടേൺ ഫയൽ ചെയ്യുന്ന എല്ലാ ബിസിനസുകളും തുടർന്നുള്ള മാസത്തിന്റെ ഇരുപതാമത്തെ ദിവസത്തിനുള്ളിൽ റിട്ടേൺ ഫയൽ ചെയ്തിരിക്കണം. അതേസമയം കോംപോസിഷൻ സ്കീം തെരഞ്ഞെടുത്തിരിക്കുന്ന ബിസിനസുകൾ മൂന്നുമാസം കൂടുമ്പോൾ തുടർന്നുവരുന്ന മാസത്തിന്റെ 18 ാമത്തെ ദിവസത്തിനുള്ളിൽ റിട്ടേൺ സമർപ്പിക്കണം.

50,000 രൂപയ്ക്കു മുകളിൽ വിലയുള്ള ചരക്കുകൾ ഒരു സംസ്ഥാനത്തുനിന്നും മറ്റൊരു സംസ്ഥാനത്തേക്ക് കൊണ്ടുപോകുന്നതിനാണ് ഇ-വേ ബിൽ സംവിധാനം കൊണ്ടുവന്നത്. 2018 ഏപ്രിൽ ഒന്നുമുതലാണ് ഇത് നടപ്പിലാക്കിയത്. ഏപ്രിൽ 15 മുതൽ ഘട്ടം ഘട്ടമായി അന്തർ സംസ്ഥാന ചരക്കുനീക്കത്തിനും ഈ സംവിധാനം നടപ്പിലാക്കിക്കൊണ്ടിരിക്കുകയാണ്.



ജോൺ കുര്യൻ വടക്കേക്കര
Ph: 94474 35091
image.jkmrt@gmail.com

കരിയർ തെരഞ്ഞെടുപ്പ് അറിയേണ്ട കാര്യങ്ങൾ

നീ വിവേകിയെങ്കിൽ പ്രയോജനം നിനക്കു തന്നെ
(സുഭാഷിതങ്ങൾ 9:12 – വി. ബൈബിൾ)

സ്വപ്നങ്ങളും ഭാവനകളുമാണ് ഒരു വ്യക്തിയെ ലക്ഷ്യബോധത്തിലേക്കും അതുവഴി തൊഴിലിലേക്കും നയിക്കുന്നത്. നമ്മുടെ ജീവിതത്തിലെ ഓരോ പുരോഗതിയുടെയും അടയാളമാണ് നമ്മുടെ കരിയർ.

ഒരിക്കൽ പ്രഗല്ഭനായ ഒരു കളക്ടർ പറയുകയുണ്ടായി – 'എന്റെ കരിയറിന്റെ അടിസ്ഥാനം വിദ്യാലയത്തിൽ നടന്ന ഒരു ക്വിസ്സ് മത്സരമാണ്. അവിടത്തെ അദ്ധ്യാപകരുടെയും സഹപാഠികളുടെയും പിന്തുണയാണ് എന്നെ ഈ നിലയിലേക്ക് നയിച്ചത്. ഞാൻ എന്നും അവരോട് കടപ്പെട്ടിരിക്കുന്നു'.

അതേ സമയം, ജീവിതത്തിൽ പരാജയപ്പെട്ട ഒരാളുടെ ഏറ്റുപറച്ചിൽ ഇങ്ങനെ: 'ചീത്തകൂട്ടുകെട്ടും തെറ്റായ അറിവുകളും ആണ് എന്റെ വിലപ്പെട്ട ജീവിതം നഷ്ടമാക്കിയത്. എന്റെ അദ്ധ്യാപകരുടെയോ മാതാപിതാക്കളുടെയോ മറ്റുള്ളവരുടെയോ ഉപദേശങ്ങളെ ഞാൻ മാനിച്ചില്ല'. വ്യത്യസ്തങ്ങളായ രണ്ട് വ്യക്തികൾ. വിജയത്തിന്റെയും പരാജയത്തിന്റെയും മുഖങ്ങൾ. ഏതാണെങ്കിലും നിങ്ങൾക്കു തിരഞ്ഞെടുക്കാം. ഇന്ന് എല്ലാവർക്കും അതിനുള്ള സ്വാതന്ത്ര്യവും അവകാശവും ഉണ്ട്, മനോഭാവങ്ങളുടെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ.

നിങ്ങൾ എന്ന വ്യക്തിയാണ് മനോഭാവങ്ങളും അഭിരുചിയും ഉണ്ടാക്കേണ്ടത്. സാഹചര്യങ്ങൾ അനുകൂലമല്ലാതിരുന്നിട്ടും പ്രതികൂലങ്ങളായ സാഹചര്യങ്ങൾ ഏറെയുണ്ടായിട്ടും അവയെല്ലാം മറികടന്ന് അമേരിക്കൻ പ്രസിഡന്റായ വ്യക്തിയാണ് ഏബ്രഹാം ലിങ്കൺ. നിങ്ങളുടെ സാഹചര്യവും കുടുംബപശ്ചാത്തലവും ഏതുമായിക്കൊള്ളട്ടെ, പൊരുതുവാനും മുന്നേറുവാനും ഉള്ള മനസ്സ് നിങ്ങൾക്കുണ്ടോ, അവിടെ വിജയം നിശ്ചയമായും എത്തിയിരിക്കും.

ഒരു വീടു നാം പണിയുമ്പോൾ അതിനൊരു സ്കെച്ച് ആവശ്യമാണ്. കഥാകാരൻ കഥ എഴുതുമ്പോൾ ഭാവനയും തൂലികയും ആവശ്യമാണ്. നല്ല ശീലങ്ങൾ ഉണ്ടാക്കിയെടുത്താൽ ഏതിനെയും നിങ്ങൾക്ക് തരണം ചെയ്യുവാൻ കഴിയും. സ്വപ്നങ്ങൾ ഉണ്ടാകുമ്പോൾ ഭാവി ഏതു രീതിയിൽ വേണമെന്നു തീരുമാനിക്കുവാനും അതിലേക്കു ശ്രദ്ധ ഊന്നുവാനും സാധിക്കും. ഇവയെല്ലാം എപ്പോഴും മിനുക്കേണ്ടത് ആവശ്യമാണ്. നിങ്ങൾ പോകുന്ന വഴിയുടെ തടസ്സങ്ങൾ നീക്കാൻ നിങ്ങളുടെ മാതാപിതാക്കൾക്കും അദ്ധ്യാപകർക്കും കഴിയും. ക്രമേണ നിങ്ങൾ അതിന്റെ ഉത്തരവാദിത്വം ഏറ്റെടുക്കുകയും വളർച്ചാഘട്ടത്തിലേക്ക് കൊണ്ടുവരാൻ പരിശ്രമിക്കുകയും ചെയ്യണം.

കരിയർ തിരഞ്ഞെടുപ്പ് എങ്ങനെ?

എല്ലാ തൊഴിലും ഒരാൾക്കുതന്നെ ചെയ്യുവാൻ സാധിക്കുകയില്ല. ഓരോരുത്തർക്കും ഓരോ അഭിരുചിയുണ്ട്. പാടുവാൻ കഴിവുള്ളവർക്കു പ്രസംഗിക്കുവാൻ കഴിവ് ഉണ്ടാകണമെന്നില്ല. സ്പോർട്സിൽ താല്പര്യ

മുള്ളയാൾക്ക് ഡാൻസിൽ താല്പര്യമുണ്ടാകണമെന്നില്ല. നിങ്ങളുടെ കഴിവ് എന്തെന്നും എന്തുമാത്രം എന്നും അറിയണം. അതനുസരിച്ചു മുന്നോട്ടു പോകണം. ഉദാഹരണത്തിന്, ബി.എ. ഹിസ്റ്ററി കഴിയുന്ന വ്യക്തി ചാർട്ടേഡ് അക്കൗണ്ടന്റ് ആകണമെന്നു നിശ്ചയിച്ചാൽ എങ്ങനെയിരിക്കും? ഓരോരുത്തർക്കും അനുയോജ്യമായതേ തെരഞ്ഞെടുക്കാവൂ. ഇവിടെയാണ് സ്കൂളിലെ പഠനം നമ്മെ ചിന്തിപ്പിക്കുന്നതും നമ്മുടേതായ ദിശയിലേക്കു നയിക്കുന്നതും.

ഒരു കപ്പൽ എങ്ങനെയാണോ ഒരു തീരത്തണയുന്നത് അതുപോലെ വ്യക്തമായ തയ്യാറെടുപ്പ് നമുക്കും ആവശ്യമാണ്. ഹൈസ്ക്കൂളിലേക്കു കയറുന്ന വിദ്യാർത്ഥി, പ്ലസ് വണ്ണിനെക്കുറിച്ച് ചിന്തിക്കുവാൻ തുടങ്ങണം. പത്തിൽ എത്തുമ്പോൾ ഉപരിപഠനം എന്തെന്നും എന്താണ് തനിക്ക് ചേർന്നത് എന്നും അറിഞ്ഞിരിക്കണം. എങ്കിൽ മാത്രമേ ആ ലക്ഷ്യത്തിലേക്കു പഠിച്ചു വളരുവാൻ കഴിയൂ. ഉപരിപഠനത്തിനുള്ള സ്ഥാപനം ഏതെന്നും തെരഞ്ഞെടുക്കണം.

സമർത്ഥരായ വിദ്യാർത്ഥികൾക്കു സ്കോളർഷിപ്പു നല്കുന്ന സർവ്വകലാശാലകളും ഇൻസ്റ്റിറ്റ്യൂട്ടുകളും ധാരാളമുണ്ട്. അവയെപ്പറ്റി മനസ്സിലാക്കി സ്കോളർഷിപ്പുനേടി പഠനം തുടരാൻ ശ്രദ്ധിക്കണം. വിദേശ ഉപരിപഠനം ഇന്നു സർവ്വസാധാരണമാണ്. ഉപരിപഠനഘട്ടത്തിൽ നല്ല കമ്പനികളിൽ ഉയർന്ന പ്രൊഫഷനിൽ ജോലി ചെയ്യുവാനുള്ള ശേഷി നാം നേടിയെടുക്കണം. അതിനുള്ള അറിവ് ശേഖരിക്കുന്നതോടൊപ്പം പ്രാക്ടിക്കൽ പഠനവും നടത്തണം.

'ഏതു പ്രവൃത്തിയും ചെയ്യുന്നതിന് ഒരു മുഴം മുമ്പേ' എന്ന നയം ആ പ്രവൃത്തിയോടുള്ള നമ്മുടെ അർപ്പണബോധമാണ്. ഇതിൽ ആത്മാർത്ഥതയും സ്വപ്നവും, നമുക്കു നമ്മളെക്കുറിച്ചുള്ള ബോധ്യവും പ്രധാനമാണ്. പഠിക്കുന്ന കാലത്തു പഠിത്തത്തിൽ പൂർണ്ണമായും ശ്രദ്ധിക്കുന്നതിനോടൊപ്പം കല, സംസ്കാരിക കാര്യങ്ങൾ, കായികപരിശീലനം എന്നിവയിലും നിങ്ങളുടെ അഭിരുചിക്കനുസരിച്ച് ശ്രദ്ധിക്കണം.

സ്വയം അറിയുകയും മനസ്സിലാക്കുകയും ചെയ്യുന്നതിനോടൊപ്പം മറ്റുള്ളവരെയും നിങ്ങൾ മനസ്സിലാക്കേണ്ടത് ആവശ്യമാണ്. ഇതുവഴി മാനസിക സംഘർഷം ഒഴിവാക്കുവാനും എല്ലാവരുമായി ചേർന്നു പോകുവാനും സാധിക്കും.

മാതാപിതാക്കൾ, ഗുരുജനങ്ങൾ, ഇവരെ ആദരിക്കുകയും ബഹുമാനിക്കുകയും ചെയ്യുമ്പോൾ അവരുടെ അനുഗ്രഹത്തിന്റെ ബലം നിങ്ങൾക്ക് മനസ്സിലാക്കുവാൻ കഴിയും. അത് ജീവിതത്തിൽ നിങ്ങൾക്ക് നന്മ വരുത്തും.

ഇനിമുതൽ സ്വപ്നം കാണുക, ഉയർന്ന ചിന്താരീതിയും ദീർഘവീക്ഷണവും ഉണ്ടാക്കിയെടുക്കുക, വായനാശീലവും ഹോബികളും വളർത്തിയെടുക്കുക, ദേശസ്നേഹവും പൗരബോധവും ആർജിക്കുക നല്ല സുഹൃത്തുക്കളെ സമ്പാദിക്കുക മറ്റുള്ളവരെ കരുതുകയും സ്നേഹിക്കുകയും ചെയ്യുക, അറിവ് ആവുന്നത്ര നേടുക, ഇഷ്ടമുള്ളതും അനുയോജ്യവുമായ തൊഴിൽ കണ്ടെത്തുക, എന്തിനെയും ഏതിനെയും ശാന്തമായി നേരിടുകയും പ്രശ്നങ്ങളിൽ പതറാതെ മുന്നേറുവാനുള്ള ശക്തിയും ഉണ്ടാക്കിയെടുക്കുക. ഇതാണ് വിജയത്തിലേക്കുള്ള വഴി.

മുന്നൊരുക്കങ്ങൾ

സംഭവിച്ചതെല്ലാം നല്ലതിന്

സംഭവിക്കുന്നതെല്ലാം നല്ലതിന്

ഇനി സംഭവിക്കുന്നതും നല്ലതിന്

- ഭഗവത്ഗീത

എന്താണ് നിങ്ങളുടെ സ്വപ്നം? ആരായി തീരാനാണ് നിങ്ങൾ ആഗ്രഹിക്കുന്നത്?

ഇന്ത്യൻ പ്രസിഡന്റായിരുന്ന എ.പി.ജെ. അബ്ദുൾകലാം ലക്ഷ്യത്തെക്കുറിച്ച് പറഞ്ഞതിങ്ങനെയാണ്. ''സ്വപ്നമാണ് ആഗ്രഹത്തിനാധാരം. ആഗ്രഹമാണ് തീവ്രതയ്ക്കാധാരം. തീവ്രതയാണ് ലക്ഷ്യത്തിലേക്കുള്ള പ്രയാണം. അപ്പോഴാണ് സ്വപ്നം സഫലമാകുന്നത്.''

ഡോക്ടർ, എഞ്ചിനീയർ, ജേർണലിസ്റ്റ്, അദ്ധ്യാപകൻ, ശാസ്ത്രജ്ഞൻ, വക്കീൽ, രാഷ്ട്രീയ പ്രവർത്തകൻ, ബിസിനസ്മാൻ, കർഷകൻ, മെക്കാനിക്ക് ഇവയിൽ ഏതു തെരഞ്ഞെടുക്കുവാനാണ് നിങ്ങൾ ആഗ്രഹിക്കുന്നത്?

ഉദാ:- ഡോക്ടർ എന്ന തൊഴിലിൽ ശിശുരോഗ വിദഗ്ധനുണ്ട്, അസ്ഥിരോഗ വിദഗ്ധനുണ്ട്, നേത്രരോഗ വിദഗ്ധനുണ്ട്. എഞ്ചിനീയറാണെങ്കിൽ മെക്കാനിക്കൽ, ഇലക്ട്രോണിക്സ്, സിവിൽ, മറൈൻ എന്നിങ്ങനെ. ഇതുപോലെ തന്നെ അധ്യാപകൻ, ജേർണലിസ്റ്റ്, ശാസ്ത്രജ്ഞൻ എന്നിവയിലും പലതരം വിഭാഗങ്ങളുണ്ട്. ഏതു പ്രൊഫഷൻ ആണെന്നും അതിൽ താല്പര്യമുള്ള വിഭാഗം ഏതാണെന്നും ഉള്ള ഇച്ഛാശക്തി വളർത്തിയെടുക്കുന്നതിനെയാണ് മുന്നൊരുക്കം എന്നു പറയുന്നത്. അതിനുവേണ്ടി നിങ്ങൾ എന്ന വ്യക്തി നിങ്ങളോട് തന്നെ ചില ചോദ്യങ്ങൾ ചോദിക്കുകയും അതിനോട് നീതി പുലർത്തുന്ന രീതിയിൽ ഉത്തരങ്ങൾ കണ്ടെത്തുകയും ചെയ്യണം. ഉത്തരം ലഭിക്കുന്നില്ലെങ്കിൽ അധ്യാപകനോടോ, മാതാപിതാക്കളോടോ, നിങ്ങളുടെ താല്പര്യവിഷയവുമായി ബന്ധപ്പെട്ട മാർഗദർശകരോടോ (Career Councellor) ചോദിച്ചോ അതുമല്ലെങ്കിൽ ഇന്റർനെറ്റിൽ നോക്കിയോ വിവരങ്ങൾ ശേഖരിക്കാവുന്നതാണ്.

സ്വപ്നം അല്ലെങ്കിൽ ആഗ്രഹം തുടങ്ങേണ്ടത് ഹൈസ്ക്കൂൾ തലത്തിലാണ്. എങ്കിലേ ഒരു വ്യക്തിക്ക് അതിന്റെ ഒരുക്കങ്ങൾക്ക് തുടക്കം കുറിക്കാൻ എളുപ്പമാകുകയുള്ളൂ. അല്ലാത്തവർക്ക് സാധിക്കില്ല എന്നല്ല അനുമാനിക്കേണ്ടത്. ഒരുക്കത്തിന്റെ തയ്യാറെടുപ്പ് എന്നേ ഉദ്ദേശിച്ചുള്ളൂ.

നിങ്ങൾ മനസ്സിൽ ഏറ്റെടുത്ത കരിയർ അല്ലെങ്കിൽ തൊഴിൽ നിങ്ങൾ വളരുന്തോറും തേച്ചുമിനുക്കിക്കൊണ്ടിരിക്കണം അറിവിൽ, വ്യക്തിത്വവികസനത്തിൽ, ലക്ഷ്യപ്രാപ്തിയിൽ, ഇച്ഛാശക്തിയിൽ, ആത്മവിശ്വാസത്തിൽ ഓരോ ദിവസവും വളർന്നുകൊണ്ടിരിക്കണം.

ഒരു ഡോക്ടറുടെ മകൻ ഡോക്ടറാകാം,

കൃഷിക്കാരന്റെ മകനും കൂലിപ്പണിക്കാരന്റെ മകനും ഡോക്ടറാകാം. ബിസിനസ്സുകാരന്റെ മകനു ബിസിനസ്സുകാരൻ ആകാൻ ഇഷ്ടമില്ലെങ്കിൽ മറ്റൊരു കരിയർ തിരഞ്ഞെടുക്കാം.

നിങ്ങളുടെ അഭിരുചിയും അതിനായുള്ള നിങ്ങളുടെ നിരന്തര ശ്രമങ്ങളുടെ വിജയവുമാണ് നിങ്ങളുടെ ഭാവി!!

എന്തൊക്കെയാണ് മുന്നൊരുക്കങ്ങൾ?

- നിങ്ങൾ നിങ്ങളെ അറിയുകയും മനസ്സിലാക്കുകയും ചെയ്യുക.
- നിങ്ങൾക്ക് ഇഷ്ടമുള്ള അഞ്ചു കരിയറുകൾ ഒരു പേപ്പറിൽ എഴുതുക.
- നിങ്ങൾക്ക് ഏറ്റവും അനുയോജ്യമായതു തിരഞ്ഞെടുക്കുക.
- തിരഞ്ഞെടുത്ത കരിയറിനെക്കുറിച്ച് ഒരു നോട്ടു തയ്യാറാക്കുക.
- നിങ്ങളും നിങ്ങൾ കുറിച്ച നോട്ടും തമ്മിൽ യോജിക്കുന്നുണ്ടോ, വരും വരായ്കകൾ വിവേചിച്ചറിയുക.

തീരുമാനം എടുത്തുകഴിഞ്ഞാൽ കോഴ്സുകളെക്കുറിച്ചും അവ നടത്തുന്ന സ്ഥാപനങ്ങളെക്കുറിച്ചും ജോലി സാധ്യതകളെക്കുറിച്ചും അതിന്റെ ഭാവിയെക്കുറിച്ചും മനസ്സിലാക്കണം. മുന്നൊരുക്കങ്ങൾ കഴിഞ്ഞ വ്യക്തിക്ക് ഇന്ത്യയിലോ, വിദേശത്തോ ഉള്ള നല്ല യൂണിവേഴ്സിറ്റികാമ്പസുകളിൽ സ്കോളർഷിപ്പോടെ പഠിച്ചു മുന്നേറി ലക്ഷ്യപ്രാപ്തിയിൽ എത്താൻ സാധിക്കും.

കരിയർ സ്വപ്നം എന്നത് ജോലി തരുന്ന അന്തസ്സ്, സുരക്ഷിതത്വം, സാമ്പത്തികം, അറിവ് എന്നിവയാണ്. അതുകൊണ്ടാണ് നാം ഇതിനെ ഇഷ്ടപ്പെടുന്നത്.

എന്നാൽ നമുക്കൊരു സാമൂഹ്യ പ്രതിബദ്ധത കൂടിയുണ്ട്. മറ്റുള്ളവരെ സ്നേഹിക്കുവാനും ജോലി സമയത്തു ചെയ്തു തീർക്കുവാനുമുള്ള ഉത്തരവാദിത്വം, മേലധികാരികളെ മാനിക്കുവാനും ജനസേവനം കൂടുതൽ മെച്ചപ്പെടുത്തുവാനും നല്ല രീതിയിൽ ഉയരുവാനുമുള്ള ആഗ്രഹം ഇവയൊക്കെ കരിയർ വളർച്ചയുടെ ഘടകങ്ങളാണ്. അതിനുവേണ്ടിയുള്ള ചിട്ടകളും നാം ശീലിക്കണം.

കരിയർ എങ്ങനെയെങ്കിലും എത്തിപ്പിടിക്കുക എന്നുള്ളതു മാത്രമായിരിക്കരുത് ലക്ഷ്യം. അവയെ പരിപോഷിപ്പിക്കുകയും മെച്ചപ്പെടുത്തുകയും ചെയ്യേണ്ടത് വ്യക്തികളുടെയും രാഷ്ട്രത്തിന്റെയും വികസനത്തിന് ആവശ്യമാണ്. ഈ ബോധ്യങ്ങളുള്ള നല്ലൊരു പൗരനാകേണ്ടതും നമ്മുടെ ദൗത്യമാണ്. ●

Homage

ഡി. ബാബു പോൾ



കേരളത്തിൽ നിന്നുള്ള ഐ.എ.എസ്. ഉദ്യോഗസ്ഥനായിരുന്നു ഡി. ബാബുപോൾ. എഴുത്തുകാരൻ, പ്രഭാഷകൻ എന്നീ നിലകളിലും അദ്ദേഹം അറിയപ്പെട്ടിരുന്നു. ഇടുക്കി ജല വൈദ്യുത പദ്ധതിയുടെ (I.H.E.P.) പ്രോജക്റ്റ് കോ ഓർഡിനേറ്ററും, സ്പെഷ്യൽ കലക്റ്ററുമായി 08-09-1971 മുതൽ പ്രവർത്തിച്ചു. ഇടുക്കി ജില്ല നിലവിൽവന്ന 26-01-1972 മുതൽ 19-08-1975 വരെ ഇടുക്കി ജില്ലാ കളക്റ്ററായിരുന്നു. കേരളത്തിന്റെ മുൻ അഡീഷണൽ ചീഫ് സെക്രട്ടറി ആയിരുന്ന ബാബു പോൾ എഴുത്തുകാരൻ എന്ന നിലയിലും പ്രശസ്തനാണ്. ഇദ്ദേഹം തയ്യാറാക്കിയ വേദശബ്ദരത്നാകരം എന്ന ബൈബിൾ വിജ്ഞാനകോശം 2000-ലെ വൈജ്ഞാനിക സാഹിത്യത്തിനുള്ള കേരള സാഹിത്യ അക്കാദമി പുരസ്കാരം നേടുകയുണ്ടായി. മാധ്യമം പത്രത്തിൽ 'മധ്യരേഖ' എന്ന പേരിൽ ഒരു പംക്തി ഏറെനാൾ ബാബുപോൾ കൈകാര്യം ചെയ്തിരുന്നു. കിഫ്ബി അംഗമായും നവകേരള നിർമാണ പദ്ധതികളുടെ ഉപദേശകനായും സർക്കാരിനൊപ്പം പ്രവർത്തിച്ചിരുന്നു. ഐഎഎസിൽ നിന്നും വിരമിച്ച് തദ്ദേശ സ്വയം ഭരണ വകുപ്പ് ഓംബുഡ്സ്മാൻ സ്ഥാനം സ്വീകരിച്ചിരുന്നു. 78-ാം വയസ്സിൽ 2019 ഏപ്രിൽ 13 ന് അന്തരിച്ചു.

എസ്.ഗോപൻ നായർ

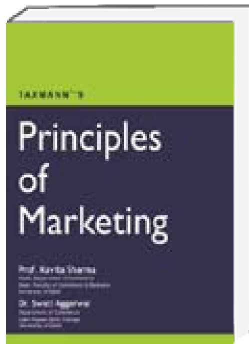


ആകാശവാണിയിലെ മുൻ വാർത്ത അവതാരകനും നിരവധി പരസ്യ ചിത്രങ്ങൾക്കും ഹ്രസ്വചിത്രങ്ങൾക്കും ശബ്ദം നൽകിയ കലാകാരനും പ്രമുഖ നാടകനടനുമായിരുന്നു എസ്. ഗോപൻ നായർ. ഗോപൻ എന്ന പേരിലാണ് വാർത്തകൾ അവതരിപ്പിച്ചിരുന്നത്. പുകവലിക്കെതിരായ കേന്ദ്രസർക്കാർ പരസ്യമായ 'ശ്വാസകോശം സ്പോഞ്ച് പോലെയാണ്' എന്ന പരസ്യം അദ്ദേഹത്തെ 'ശ്വാസകോശം ഗോപൻ' എന്ന പേരിൽ പുതുതലമുറയ്ക്ക് ഇടയിലും ശ്രദ്ധേയനാക്കി. ഇരുപത്തിയൊന്നാമത്തെ വയസിലാണ് ഡൽഹി ആകാശവാണിയിൽ വാർത്താ അവതാരകനായി ചേരുന്നത്. നെഹ്റുവിന്റെ മരണം, ആര്യഭട്ടയുടെ വിക്ഷേപണം തുടങ്ങി പ്രധാനപ്പെട്ട പല വാർത്തകളും ആകാശവാണിയിലൂടെ രാജ്യത്തെ അറിയിച്ചത് ഗോപൻ ആണ്. വിവിധ മന്ത്രാലയങ്ങളുടെ പരസ്യങ്ങൾക്ക് ശബ്ദം നൽകിയിട്ടുണ്ട്. 40 വർഷത്തോളം മലയാളം വാർത്ത വായിച്ച ഗോപൻ ആകാശവാണി മലയാള വിഭാഗം മേധാവിയായിട്ടാണ് ജോലിയിൽ നിന്ന് വിരമിച്ചത്. 79 -ാം വയസ്സിൽ 2019 ഏപ്രിൽ 30 ന് അന്തരിച്ചു.

പുസ്തക പരിചയം

Principles of Marketing

by Kavita Sharma Swati Aggarwal



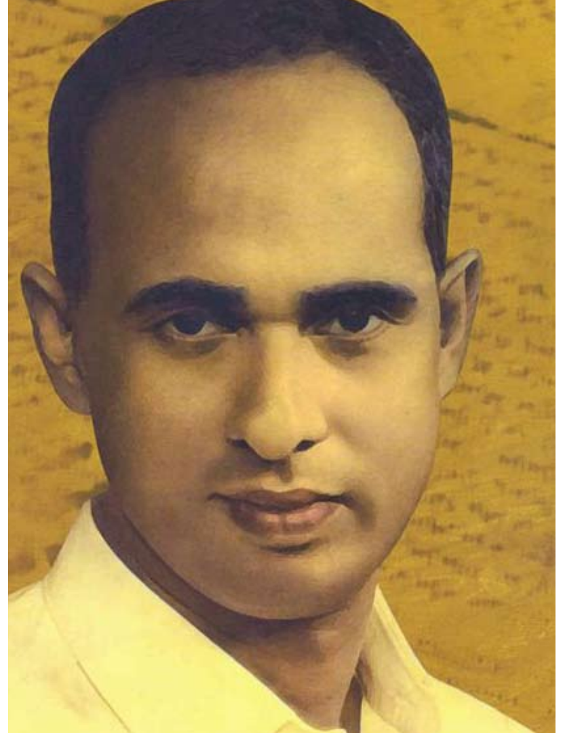
"Principles of Marketing" is a complete and lucid text book for B.Com/ BBA/MBA & other Commerce and Management courses. There are in total thirteen chapters. Two chapters are on basics of marketing covering the scope and importance, the evolution of marketing concepts, components of marketing mix and micro and macro environmental forces affecting marketers. An overview of consumer buying process and factors influencing consumer buying decisions along with the concept of STP, segmentation, targeting and positioning are dealt with in next couple of chapters. Rest of the chapters cover marketing mix variables including product, price, place and promotion in detail. Issues of green, rural, services and relationship marketing are discussed along with possible course of action in the case of deceptive and unfair use of promotion under ethics in marketing.

Key features :

- The book is a comprehensive text which caters to the learning needs of the graduate level course.
- Each chapter contains a set of discussion questions for reviewing the concepts learned in the chapter.
- The relevant case studies compiled through secondary sources will help the student in the critical analysis of the concepts discussed in the chapter.
- The chapter discussion is supported by the relevant pictures in the form of product advertisements, figures, tables, flow charts to make reading the text an experience.

ശേഷം പത്ര വിശേഷം

വിസ്മയങ്ങൾ വേണ്ടുവോളം ഒരുക്കിയ പ്രസിദ്ധീകരണങ്ങളുടെ വിടവാങ്ങലുകൾ! പത്രലോകത്തെ ഒളിയമ്പുകൾ! പത്രസ്ഥാപനങ്ങളിലെ ഇടനാഴികളിൽ രൂപം കൊണ്ട കൊടുങ്കാറ്റുകൾ! കടലാസ് യുദ്ധങ്ങൾ! ഉഗ്രപ്രതാപികളായ പത്രാധിപന്മാരുടെ വീരകഥകൾ, കുതികാൽ വെട്ടൽ, പിടിച്ചടക്കൽ, പകപോക്കൽ എല്ലാം അനാവരണം ചെയ്യുന്ന പരമ്പര.



കാമ്പിശ്ശേരിയുടെ കഥ ജനയുഗത്തിന്റേയും

ഭാഗം–2

കാക്കനാടൻ എഴുതിയ 'വസൂരി' എന്ന നോവൽ ജനയുഗം ഓഫീസിൽ ഒട്ടേറെ ഒച്ചപ്പാടുണ്ടാക്കി. നോവലിൽ അശ്ലീലം മാത്രമാണുള്ളതെന്നായി ചില മുതിർന്ന സഖാക്കൾ. പാർട്ടിക്കമ്മറ്റിയിൽ ചർച്ചയ്ക്കു വന്നു. അപ്പോൾ എതിർപ്പുമായി എത്തിയവരോട് കാമ്പശ്ശേരി പറഞ്ഞു. 'എനിക്കറിയാം നിങ്ങളിൽ പലരും ജനയുഗത്തിന്റെ കവർപേജ് കീറിക്കളഞ്ഞ് വീട്ടിൽകൊണ്ടുപോയി രഹസ്യമായി വായിക്കാറില്ലേ? പിന്നെയെന്ത് അശ്ലീലം...!

പി.കെ.മന്ത്രിയും യേശുദാസനും സോമനാഥനും കാർട്ടൂണും ചിത്രകഥയുമൊക്കെയായി ജനയുഗത്തിൽ തിമിർത്താടുമ്പോൾ, വേളൂർ കൃഷ്ണൻകുട്ടി, സുകുമാർ എന്നിവർ നർമ്മരചനയിലൂടെ വാരികയെ ഉന്നതിയിലെത്തിച്ചു. ഒപ്പം ഈടുറ്റ ലേഖനങ്ങളും ബംഗാളി നോവലുകൾ ഉൾപ്പെടെയുള്ള സാഹിത്യ വിരുന്ന്. അന്ന് കൊല്ലത്തുനിന്നു തന്നെ പ്രസിദ്ധീകരിച്ചിരുന്ന രാഷ്ട്രീയ വാരികയാണ് കേരള ശബ്ദം. കൊല്ലത്തെ മുൻ എം.പി ആയ വി.പി.നാരായണനാണത് തുടങ്ങിയത്. ശാസ്താംകോട്ട കായലിനു സമീപമുള്ള വീട്, കൊല്ലത്തെ ഓഫീസ് എന്നിവിടങ്ങളിലായാണ് വാരിക പ്രവർത്തിച്ചിരുന്നത്. ലോക്സഭ ഇല്ലാത്ത നാളുകളിൽ വി.പി.നായർ കൊല്ലത്ത് സജീവമായിരിക്കും.

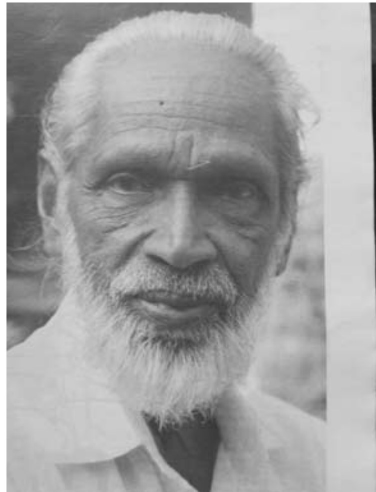
മിക്കവാറും വൈകുന്നേരങ്ങളിൽ കൊല്ലത്തെ കടപ്പാക്കടയിലെ ജനയുഗം ഓഫീസിൽ നിന്ന് അന്നത്തെ ജോലി ഒരുവിധം ഒതുക്കി കാമ്പിശ്ശേരി സായാഹ്ന സവാരിക്കിറങ്ങുക പതിവാണ്. കൂടെ യേശുദാസനേയും കൂട്ടും. ചില ദിവസങ്ങളിൽ ഇവർ കേരളശബ്ദം ഓഫീസിലും കയറാറുണ്ട്. അവിടെ കുറച്ചു സമയം ചിലവഴിക്കും. കേരളശബ്ദത്തിൽ യേശുദാസനെക്കൊണ്ട് ഒരു കാർട്ടൂൺ പംക്തി വി.പി.നായർ തുടങ്ങാൻ നിർബന്ധിച്ചു. കാമ്പിശ്ശേരിയുടെ അനുമതിയോടെ കേരള ശബ്ദത്തിൽ തുടങ്ങി. വൃദ്ധയായ സ്ത്രീകഥാപാത്രമായി



ജനയുഗം



ജനയുഗം വാരിക



ആർട്ടിസ്റ്റ് ഗോപാലൻ

വരുന്ന 'പാച്ചിയമ്മ' കുറെ നാൾ (യേശുദാസന്റെ അമ്മൂമ്മ) കേരളശബ്ദത്തിൽ കസറി. പക്ഷേ രാഷ്ട്രീയ രംഗത്ത് ശക്തനായ നായർക്ക് പത്രപ്രവർത്തനം അത്ര എളുപ്പമായിരുന്നില്ല. അദ്ദേഹം കേരളശബ്ദം എന്ന സ്വതന്ത്ര രാഷ്ട്രീയ വാരിക വ്യവസായ പ്രമുഖനായ കൃഷ്ണസ്വാമി റെഡ്യാർക്ക് വിൽക്കുകയാണ് ചെയ്തത്. അപ്പോഴും കാമ്പിശ്ശേരിയുടെ സായാഹ്ന സവാരിയ്ക്കിടെ കേരളശബ്ദം ഓഫീസ് സന്ദർശിക്കുന്ന പരിപാടിക്ക് മുടക്കം വരുത്തിയിരുന്നില്ല. ഇതിനിടെ രണ്ടു സംഭവങ്ങൾ ഉണ്ടായി. ഒന്ന് യേശുദാസൻ ഡൽഹിയിലേക്ക് പോയി. അവിടെ ലോകപ്രസിദ്ധ കാർട്ടൂണിസ്റ്റും മലയാളിയുമായ കായങ്കുളത്തുകാരൻ ശങ്കരപ്പിള്ള എന്ന ശങ്കറിന്റെ വീക്കിലിയിൽ ചേർന്നു. പാലക്കാട്ടുകാരനായ ഒ.വി.വിജയൻ ശങ്കേഴ്സ് വീക്കിലി വിട്ട ഒഴിവിലായിരുന്നു യേശുദാസൻ നിയമിതനായത്. മറ്റൊന്ന് കേരളം കണ്ട അനുഗ്രഹീത ചിത്രകാരൻ ആർട്ടിസ്റ്റ് ഗോപാലൻ ജനയുഗത്തിൽ വരയ്ക്കാനെത്തി എന്നതാണ്. അതിന്റെ പിന്നിൽ രസകരമായൊരു കഥയുണ്ട്.

ആർ.കൃഷ്ണസ്വാമി റെഡ്യാർ കേരളശബ്ദം ഏറ്റെടുത്തകാര്യം നേരത്തെ സൂചിപ്പിച്ചിരുന്നല്ലോ. 1923ൽ അങ്ങ് കന്യാകുമാരിയിൽ ജനിച്ച റെഡ്യാർ 21–ാം വയസ്സിൽ കൊല്ലം പട്ടണത്തിലെത്തി. വസ്ത്രവ്യാപാരത്തിലേർപ്പെട്ടു. 1963ൽ ആണ് കേരളശബ്ദം വിലയ്ക്കുവാങ്ങിയത്. വാരിക അടിമുടി മാറ്റണമെന്ന് അദ്ദേഹം തീരുമാനിച്ചു. തലക്കെട്ടുകൾ അച്ചുനിരത്തിയാൽ പോര. ആർട്ടിസ്റ്റിനെക്കൊണ്ട് വരപ്പിക്കണം. ഒപ്പം കഥയ്ക്കും നോവലിനുമൊക്കെ ജീവസുറ്റ ചിത്രങ്ങൾ വേണം എന്നും അദ്ദേഹം ആഗ്രഹിച്ചു. ആർട്ടിസ്റ്റ് ഗോപാലൻ മനോഹരമായി വരയ്ക്കുമെന്ന് ആരോ റെഡ്യാരോട് പറഞ്ഞു. അങ്ങിനെ കക്ഷിയെ തെരയാൻ റെഡ്യാരുടെ വലംകൈയായ തമിഴൻ എസ്. രാമകൃഷ്ണൻ ഇറങ്ങിത്തിരിച്ചു. ഇതൊന്നുമറിയാതെ ഒരു നാൾ ഒരു സിനിമ കാണാനായി ആർട്ടിസ്റ്റ് ഗോപാലൻ ചവറ കെ.സി.ടാക്കീസിൽ എത്തി. ഇടവേളയിൽ ഒരു സിനിമ സ്ലൈഡ് തിരശ്ശീലയിൽ പ്രത്യക്ഷപ്പെട്ടു. 'ആർട്ടിസ്റ്റ് ഗോപാലൻ ഉടൻ പ്രൊജക്ടർ റൂമിലെത്തണം'. ഗോപാലൻ ഉടനെ അവിടെ എത്തി. റെഡ്യാർ പറഞ്ഞയച്ചതാണ് എന്നു പറഞ്ഞ് കാറുമായി എസ്.രാമകൃഷ്ണൻ മുന്നിൽ നിൽക്കുന്നു. ഗോപാലൻ കാറിൽകയറി റെഡ്യാരുടെ മുന്നിലെത്തി കേരളശബ്ദത്തിൽ സ്ഥിരമായി വരയ്ക്കാമെന്ന് ഏറ്റു. അങ്ങിനെ കേരളശബ്ദത്തിന് പുതിയൊരു മാനം സൃഷ്ടിച്ചുകൊണ്ട് ഗോപാലൻ മുന്നേറുന്ന കാലം. ഒരു ദിവസം കല്ലട വാസുദേവൻ എന്ന റെഡ്യാരുടെ സുഹൃത്ത് ഗോപാലന്റെ കൈയിൽ ഒരു കടലാസ് കവർ കൊടുത്തു. പൊട്ടിച്ച് വായിച്ചപ്പോൾ അതൊരു കഥയാണെന്ന് മനസ്സിലായി. ഒപ്പം കാമ്പശ്ശേരിയുടെ ഒരു കുറിപ്പുമുണ്ടായിരുന്നു. ഈ കഥയ്ക്ക് ഒരു ചിത്രം വേണം. കഴിയുന്നതും

1923ൽ അങ്ങ് കന്യാകുമാരിയിൽ ജനിച്ച റെഡ്യാർ 21–ാം വയസ്സിൽ കൊല്ലം പട്ടണത്തിലെത്തി. വസ്ത്രവ്യാപാരത്തിലേർപ്പെട്ടു. 1963ൽ ആണ് കേരളശബ്ദം വിലയ്ക്കു വാങ്ങിയത്. വാരിക അടിമുടി മാറ്റണമെന്ന് അദ്ദേഹം തീരുമാനിച്ചു. തലക്കെട്ടുകൾ അച്ചുനിരത്തിയാൽ പോര. ആർട്ടിസ്റ്റിനെക്കൊണ്ട് വരപ്പിക്കണം. ഒപ്പം കഥയ്ക്കും നോവലിനുമൊക്കെ ജീവസുറ്റ ചിത്രങ്ങൾ വേണം എന്നും അദ്ദേഹം ആഗ്രഹിച്ചു.

വേഗം തരുമല്ലോ. കേരളശബ്ദത്തിൽ വരയ്ക്കുന്നതിനേക്കാൾ വ്യത്യസ്തമായി വാഷ് ഡ്രോയിംഗിൽ പടം വരച്ചു കൊടുത്തു. അത് ജനയുഗത്തിൽ ഏറെ ഭംഗിയായി അച്ചടിച്ചു വന്നു. ഗോപാലനെ ഒന്നു നേരിൽ കാണണം എന്ന ആവശ്യവുമായി കാമ്പിശ്ശേരിയുടെ ഓഫീസിൽ നിന്ന് ആളെ വിട്ടു.

രണ്ടു ദിവസം കഴിഞ്ഞ് ജനയുഗത്തിലെത്തിയ ഗോപാലൻ നേരെ കാമ്പിശ്ശേരിയുടെ മുന്നിലെത്തി പരിചയപ്പെട്ടു.

'നമുക്ക് ജനയുഗം ഒന്ന് നന്നാക്കിയെടുക്കാം ഒപ്പം കൂടുന്നോ ? മാസം 60 രൂപ തരും ഇപ്പോ ഇതേയുള്ളൂ...'

ഗോപാലൻ ധർമ്മസങ്കടത്തിലായി. എങ്ങിനെ റെഡ്യാരെ ഒഴിവാക്കും. രണ്ടും കൽപ്പിച്ച് റെഡ്യാരോട് കാര്യം പറഞ്ഞു. 'അതു ശരിയാകില്ല. ഗോപാലൻ ഇപ്പം പോകരുത്. ഞാൻ നിങ്ങൾക്ക് ആയിരം രൂപ തരാം ഇവിടെ നിന്നേ പറ്റൂ...' പ്രലോഭിപ്പിക്കുന്ന റെഡ്യാരിൽ നിന്നും എങ്ങിനെ പിൻമാറും. കാമ്പിശ്ശേരിയെ ധിക്കരിക്കാനും മനസ്സുവരുന്നില്ല. രണ്ടുപേരും ആവുന്നത്ര ശക്തിയിൽ സമ്മർദ്ദം ചെലുത്തുകയാണ്. കമ്മ്യൂണിസത്തോടും കാമ്പശ്ശേരിയോടുമുള്ള മമത ഒരു വശത്ത്. പണം കൊണ്ട് പ്രലോഭിപ്പിക്കുന്ന റെഡ്യാർ മറുവശത്ത്. ഒടുവിൽ കേരളശബ്ദത്തെ വിട്ട് ജനയുഗത്തെ സ്വീകരിച്ചു ഗോപാലൻ.

ജനയുഗത്തിന് ഗോപാലൻ വലിയൊരു മുതൽക്കൂട്ടായി. കാമ്പിശ്ശേരി ഈ ചിത്രകാരനെ ഹൃദയത്തിലേറ്റുകയായിരുന്നു. വളരെ ആഴമേറിയ ഒരു സ്നേഹബന്ധത്തിന് തുടക്കമിടുകയായിരുന്നു അവിടെ. വര ഗോപാലന്റെ തലവര മാറ്റിയത് ചരിത്രം. ഇവർ തമ്മിലുള്ള സ്നേഹ വാൽസല്യം കടലോളം ആഴത്തിലായി. ഗോപാലനെ 'അളിയാ' എന്നായിരുന്നു കാമ്പിശ്ശേരി അഭിസംബോധന ചെയ്തിരുന്നത്.

പത്മരാജൻ, ശ്രീകുമാരൻ തമ്പി, പെരുമ്പടവം, പി.വത്സല, പി.അയ്യനേത്ത്, ശ്രീവരാഹം ബാലകൃഷ്ണൻ തുടങ്ങി ബിമൽ മിത്രവരെയുള്ളവരുടെ കഥകൾക്കും നീണ്ടകഥകൾക്കും വേണ്ടി ഗോപാലൻ വരച്ച ചിത്രങ്ങൾ ജനമനസുകളിൽ വളരെ വേഗം പതിഞ്ഞു.

ജനയുഗത്തിന് ഗോപാലൻ വലിയൊരു മുതൽക്കൂട്ടായി. കാമ്പിശ്ശേരി ഈ ചിത്രകാരനെ ഹൃദയത്തിലേറ്റുകയായിരുന്നു. വളരെ ആഴമേറിയ ഒരു സ്നേഹബന്ധത്തിന് തുടക്കമിടുകയായിരുന്നു അവിടെ. വര ഗോപാലന്റെ തലവര മാറ്റിയത് ചരിത്രം.

പത്രമാഫീസിൽ വരുന്നത് അത് എത്ര ചവർ മാറ്ററായാലും കാമ്പിശ്ശേരി അത് ശ്രദ്ധാപൂർവ്വം വായിക്കും തിരുത്തു വേണ്ടത് ഉണ്ടെങ്കിൽ അതു ചെയ്യും. എല്ലാത്തിനു മറുപടി അയക്കും. അങ്ങനെ തെരഞ്ഞെടുക്കുന്ന പല രചനകളും വരയ്ക്കാൻ ഉടൻ തന്നെ ഗോപാലന് കൊടുക്കും. അതിൽ പലതും അച്ചടിച്ചുവരാൻ വൈകുമ്പോൾ പരാതിയുമായി കാമ്പശ്ശേരിയെ സമീപിക്കും. പരാതിക്കാരോട് കാമ്പിശ്ശേരി പറയും തെരഞ്ഞെടുപ്പു പ്രക്രിയ മാത്രമേ എനിക്കുള്ളൂ. അത് എപ്പോൾ എങ്ങിനെ കൊടുക്കണമെന്ന് തീരുമാനിക്കുന്നത് നമ്മുടെ ആർട്ടിസ്റ്റ് ഗോപാലനാണ്. പരാതിയുണ്ടെങ്കിൽ അവിടെ പറഞ്ഞോളൂ. പരിഹരിക്കാവുന്നതാണെങ്കിൽ അത് ഗോപാലൻ ചെയ്യും.

പലപ്പോഴും സംഭവിക്കുന്നത് ഇങ്ങനെയാണ്. ഇഷ്ടം ഏറെ തോന്നുന്ന ഉരുപ്പടികൾ സാവകാശം സമയമെടുത്ത് വരയ്ക്കാനായി മാറ്റി വയ്ക്കുന്നതാണ്. പിന്നീട് രചയിതാക്കൾക്കും അത് ബോധ്യമായിത്തുടങ്ങിയെന്നാണ് ഗോപാലന്റെ പക്ഷം.

കേവലം 23വയസ്സിനുള്ളിൽ ഗോപാലന് അക്കാലത്തെ മുൻനിര സാഹിത്യകാരന്മാരുടെ രചനകൾക്ക് ചിത്രരചന നടത്താനും അവരുടെ സ്നേഹപാത്രമാകാനും വഴിയൊരുക്കി കാമ്പശ്ശേരി.

1964ൽ ആയിരുന്നു ബംഗാളിലെ പ്രശസ്ത സാഹിത്യകാരൻ ബിമൽമിത്രയുടെ 'വിലയ്ക്ക് വാങ്ങാം' എന്ന നോവൽ ജനയുഗത്തിൽ അച്ചടിക്കാൻ തീരുമാനിച്ചത്. വിവർത്തകൻ എം.എൻ. സത്യാർത്ഥി ജനയുഗം ഓഫീസിലെത്തി ഗോപാലനെകണ്ട് നോവലിന്റെ പശ്ചാത്തലവും കഥാപാത്രങ്ങളും സ്വഭാവഗുണങ്ങളും വിവരിച്ചുകൊടുക്കുമായിരുന്നു. അതെല്ലാം ശ്രദ്ധാപൂർവ്വം കേട്ട് സന്ദർഭോചിതമായ ചിത്രങ്ങൾ വരച്ചപ്പോൾ ജനയുഗം മനുഷ്യമനസ്സുകളിൽ ചേക്കേറുകയായിരുന്നു. കൽക്കത്ത, ബോംബെ എന്നിവിടങ്ങളിൽ നിന്നുപോലും കോപ്പികൾ ആവശ്യപ്പെട്ടുകൊണ്ടുള്ള കത്തുകൾ ജനയുഗത്തിലെത്തിയിരുന്നു.

കാക്കനാടൻ എഴുതിയ 'വസൂരി' എന്ന നോവൽ ജനയുഗം ഓഫീസിൽ ഒട്ടേറെ ഒച്ചപ്പാടുണ്ടാക്കി. നോവലിൽ അശ്ലീലം മാത്രമാണുള്ളതെന്നായി ചില മുതിർന്ന സഖാക്കൾ. പാർട്ടിക്കമ്മറ്റിയിൽ ചർച്ചയ്ക്കു വന്നു. അപ്പോൾ എതിർപ്പുമായി എത്തിയവരോട് കാമ്പശ്ശേരി പറഞ്ഞു. 'എനിക്കറിയാം നിങ്ങളിൽ പലരും ജനയുഗത്തിന്റെ കവർപേജ് കീറിക്കളഞ്ഞ് വീട്ടിൽകൊണ്ടുപോയി രഹസ്യമായി വായിക്കാറില്ലേ? പിന്നെയെന്ത് അശ്ലീലം...!

എങ്കിലും ചില ഭാഗങ്ങൾ വെട്ടിമാറ്റി ആ നോവൽ ജനയുഗത്തിൽ തുടർന്നു. പക്ഷേ ആക്ഷേപം അതിശക്തിയോടെ തുടർന്നപ്പോൾ തുടർന്നുള്ള ഭാഗങ്ങൾ പ്രസിദ്ധീകരിക്കേണ്ട എന്ന് തീരുമാനിക്കേണ്ടി വന്നു കാമ്പിശ്ശേരിക്ക്. പാർട്ടിയിലെ ചില ബുദ്ധിജീവികൾ കടുത്ത കമ്മ്യൂണിസ്റ്റ് നിലപാടുള്ള ലേഖനവുമായി ജനയുഗത്തിലെത്തിയിരുന്നു. അതിനെ തെല്ലും ഭയമില്ലാതെ കാമ്പിശ്ശേരി എതിർത്തിരുന്നു. 'നിങ്ങൾക്ക് കമ്മ്യൂണിസം പ്രചരിപ്പിക്കുന്നതിനാണല്ലോ നവയുഗം. ഇതൊരു സാംസ്ക്കാരിക പ്രസിദ്ധീകരണമായി മുന്നോട്ട് കൊണ്ടുപോകണമെന്നാണ് എന്റെ ആഗ്രഹം. അതുകൊണ്ടുതന്നെ കമ്മ്യൂണിസം വാരിക്കോരി കൊടുക്കാനാകില്ല. പിന്നെ തുള്ളി മരുന്നുപോലെ ജനയുഗത്തിൽ കൊടുക്കാം.'

ഏതു തലമുറയിലേയും പത്രപ്രവർത്തകരും കമ്മ്യൂണിസ്റ്റ് ചിന്തകരും മനസ്സിലാക്കേണ്ട കാര്യമാണ് കാമ്പിശ്ശേരി പറഞ്ഞതും ജനയുഗത്തിലൂടെ നടപ്പിലാക്കിയതും.

അതിമനോഹരമായ ഭാഷാശൈലി, ഔചിത്യത്തോടെയുള്ള മിതത്വം. ഹൃദയം കവരുന്ന വാക്കുകൾ - അതായിരുന്നു കാമ്പിശ്ശേരിയുടെ മുഖമുദ്ര.

1964ൽ ഇന്ത്യയിൽ കമ്മ്യൂണിസ്റ്റ് പാർട്ടി പിളരുമ്പോൾ കേരളത്തിൽ 'ജനയുഗം' പിടിച്ചെടുക്കാൻ ഇരുവിഭാഗങ്ങളും കച്ചമുറുക്കി തന്ത്രങ്ങൾ ആവിഷ്ക്കരിച്ചു. അതിനെല്ലാം മൂകസാക്ഷിയായി നിൽക്കാൻ ആർട്ടിസ്റ്റ് ഗോപാലനുമുണ്ടായിരുന്നു.

അക്കഥ അടുത്ത ലക്കത്തിൽ. ●



ജോഷി ജോർജ്
joshygeorgecartoonist@gmail.com



ബെത്സാദ
മാഗസിൻ
ഹാപ്പി
മദേഴ്സ് ഡേ
Merry Christmas



ദിനപത്രങ്ങളിൽ പ്രസിദ്ധീകരിച്ച
ശ്രദ്ധേയമായ എഡിറ്റോറിയലുകളുടെ സംഗ്രഹം.

Editorials of the month

മലയാള മനോരമ ഏപ്രിൽ 01, 2019

കട്ടപ്പുറത്തുനിന്ന് ഇറങ്ങിയേ തീരൂ

ഒരു കാലത്ത് കേരളത്തിന്റെ അഭിമാനവും സമീപകാലത്ത് ആശങ്കയുമായി മാറിയ കേരള സ്റ്റേറ്റ് റോഡ് ട്രാൻസ്പോർട്ട് കോർപറേഷനെ പ്രതിസന്ധിയിൽ നിന്നു രക്ഷിക്കാനുള്ള അവസാന അവസരങ്ങളിലൊന്നാണു സർക്കാരിനു മുന്നിലുള്ളത്. ജീവനക്കാർക്കു ശമ്പളം നൽകാൻപോലും പണമില്ലാത്ത അവസ്ഥയിലാണ് കെഎസ്ആർടിസി. അധികാരത്തിൽ ഇരിക്കുന്ന രാഷ്ട്രീയനേതാക്കളുടെ കളിപ്പാട്ടമായി കോർപ്പറേഷൻ മാറുന്നതാണ് ഇപ്പോഴത്തെ പ്രതിസന്ധിക്കു കാരണം. സർവീസുകളുടെ നടത്തിപ്പിലും ജീവനക്കാരുടെ പ്രവർത്തനശേഷിയിലും ഇന്ധനക്ഷമതയിലും മറ്റു സംസ്ഥാനങ്ങളിലെ ട്രാൻസ്പോർട്ട് കോർപ്പറേഷനുകളെ അപേക്ഷിച്ച് കെഎസ്ആർടിസി പിന്നിലാണ്. കെഎസ്ആർടിസിയുടെ ഇപ്പോഴത്തെ ബാധ്യത 8000 കോടി രൂപയാണ്. പ്രതിവർഷം 1770 കോടി രൂപയുടെ കടം പെരുകുമ്പോൾ 10 വർഷത്തിനപ്പുറം എന്തായിരിക്കും അവസ്ഥയെന്ന് ഊഹിക്കാവുന്നതേയുള്ളൂ. പ്രതിവർഷം 1364 കോടി രൂപ അധികവരുമാനം കണ്ടെത്താനുള്ള നിർദേശങ്ങളാണ് സുശീൽഖന്ന റിപ്പോർട്ടിൽ മുന്നോട്ടു വച്ചിട്ടുള്ളത്. കട്ടപ്പുറത്തുള്ള ബസുകൾ നിരത്തിലിറക്കുക, നഷ്ടത്തിലോടുന്ന ഷെഡ്യൂളുകളുടെ റൂട്ട്-സമയ പുനക്രമീകരണം നടത്തുക, ബസുകളുടെ ഉപയോഗക്ഷമതയും ഇന്ധനക്ഷമതയും വർദ്ധിപ്പിക്കുക തുടങ്ങിയ നിർദ്ദേശങ്ങളാണ് പ്രധാനം. രാഷ്ട്രീയപാർട്ടി പ്രതിനിധികളും യൂണിയൻ പ്രതിനിധികളുമുള്ള ബോർഡിനെ ഉപദേശക ബോർഡാക്കി മാറ്റി ഗതാഗതം, സാമ്പത്തികം, മാനേജ്മെന്റ് മേഖലയിലെ വിദഗ്ധരെ ഉൾപ്പെടുത്തി കൂടുതൽ അധികാരങ്ങളുള്ള പുതിയ ബോർഡ് രൂപീകരിക്കുക. ഒപ്പം ജീവനക്കാരെ ഒറ്റക്കെട്ടായി ഈ അതിജീവനമുന്നേറ്റത്തിൽ കൂടെ നിർത്താനും ശ്രമിക്കണം.

മംഗളം ഏപ്രിൽ 02, 2019

ഉയരങ്ങളിലേക്ക് ഐ.എസ്.ആർ.ഒ.

രാജ്യത്തിന്റെ ശാസ്ത്ര നേട്ടങ്ങളിൽ മറ്റൊരു അധ്യായം തുറന്ന് ബഹിരാകാശ ഗവേഷണ കേന്ദ്രം പുതിയ ചുവടു വച്ചിരിക്കുകയാണ്. ഒറ്റ വിക്ഷേപണത്തിൽ 29 ഉപഗ്രഹങ്ങൾ ബഹിരാകാശ ഭ്രമണപഥങ്ങളിൽ എത്തിക്കുക എന്ന അപൂർവ്വ നേട്ടം ഐ.എസ്.ആർ.ഒ. കൈവരിച്ചു. ഇതിനു മുൻപും ഐ.എസ്.ആർ.ഒ. ഒരേ വിക്ഷേപണത്തിൽ ഒന്നിലധികം ഉപഗ്രഹങ്ങൾ വിവിധ ഭ്രമണപഥങ്ങളിൽ എത്തിച്ചിട്ടുണ്ടെങ്കിലും റോക്കറ്റിന്റെ നാലാം ഘട്ടത്തെ ആദ്യമായി പരീക്ഷണഘടകമായി ഉപയോഗിക്കുന്നു എന്നതു പ്രത്യേകതയാണ്. സാധാരണ വിക്ഷേപണത്തിൽ നാലാം ഘട്ടം ബഹിരാകാശത്ത് വേർപെടുത്തി ഉപേക്ഷിക്കുകയാണ് ചെയ്യുന്നത്. അതിനു പകരം ഈ പരീക്ഷണത്തിൽ നാലാം ഘട്ടം ബഹിരാകാശത്തെ ഭ്രമണപഥത്തിൽ നിലയുറപ്പിച്ച് പരീക്ഷണങ്ങൾ നടത്തുകയാണ്. സമീപകാലത്ത് ബഹിരാകാശ ഗവേഷണ രംഗത്ത് ശ്രദ്ധേയമായ അനേകം നേട്ടങ്ങൾ ഐ.എസ്.ആർ.ഒ. കൈവരിച്ചിട്ടുണ്ട്. ചന്ദ്രനിൽ ജലാംശം ഉണ്ടെന്നു കണ്ടെത്തിയ ചാന്ദ്രയാൻ പദ്ധതിയടക്കം എണ്ണിപ്പറയാവുന്ന നേട്ടങ്ങൾ ഏറെയാണ്. മനുഷ്യനെ ബഹിരാകാശത്ത് എത്തിച്ച് മടക്കി കൊണ്ടുവരാനുള്ള സ്വപ്ന പദ്ധതിയിലേക്ക് അതിവേഗം അടുത്തുകൊണ്ടിരിക്കുകയാണ്. ധാരാളം രാജ്യങ്ങൾ ഐ.എസ്.ആർ.ഒ. വഴി ഉപഗ്രഹം വിക്ഷേപിക്കാനുള്ള താൽപ്പര്യം പ്രകടിപ്പിച്ചിട്ടുണ്ട്. വാണിജ്യ വിക്ഷേപണങ്ങൾ ഇന്ത്യയെ കൂടുതലായി തേടിയെത്താൻ വിക്ഷേപണ വിജയങ്ങൾ സഹായിക്കും.

ദീപിക ഏപ്രിൽ 04, 2019

കാലേകൂട്ടിയോർക്കണം കുടിവെള്ളത്തെക്കുറിച്ച്

കുടിവെള്ളത്തിനായി പരക്കംപായുകയാണു കേരളം. ഇത്രയും കടുത്ത ചൂട് മുമ്പെങ്ങും കേരളത്തിൽ അനുഭവപ്പെട്ടിട്ടുള്ളതായി തോന്നുന്നില്ല. ശുദ്ധജലക്ഷാമം ഇല്ലാത്ത പ്രദേശങ്ങൾ ചുരുക്കം. പണി പാതിയാക്കിയും വർഷങ്ങളായി മുടങ്ങിയും കിടക്കുന്ന നിരവധി ശുദ്ധജലവിതരണ പദ്ധതികളുണ്ടു നമ്മുടെ നാട്ടിൽ. നാട്ടുകാർ മുൻകൈയെടുത്തു സ്ഥലവും സൗകര്യങ്ങളും നൽകിയിട്ടും വാട്ടർ ടാങ്കും പൈപ്പ്ലൈനും സ്ഥാപിക്കാൻ അധികൃതർ മിനക്കെടാതിരുന്നതിന് ഉദാഹരണങ്ങൾ ധാരാളം. ടാങ്കും പൈപ്പുമൊക്കെ ഉണ്ടെങ്കിലും പലവിധ അനുമതികൾ കിട്ടാത്തതിനാൽ സാക്ഷാത്ക്കരിക്കാത്ത പദ്ധതികളും കുറവല്ല. വേനൽ കടുത്തു വെള്ളം കിട്ടാതെ വരുമ്പോൾ മാത്രമാണ് ഇത്തരം കാര്യങ്ങളെപ്പറ്റി നാം ചിന്തിക്കുക. സമൃദ്ധമായ മഴയും 44 നദികളും ധാരാളം തടാകങ്ങളുമൊക്കെയുള്ള സംസ്ഥാനമാണ് കേരളം. നാലോ അഞ്ചോ ദിവസം നീണ്ടു നിൽക്കുന്ന പെരുമഴയുടെ വെള്ളം തടഞ്ഞു നിർത്തി വർഷം മുഴുവൻ ഉപയോഗിക്കുക അസാധ്യമാണ്. അല്ലെങ്കിൽ അതിനുള്ള സാങ്കേതികവിദ്യ നാം കണ്ടെത്തേണ്ടിയിരിക്കുന്നു. ലോകം പൊതുവേ കടുത്ത ശുദ്ധജലക്ഷാമത്തിലേക്കു നീങ്ങുകയാണ്. വികസിതരാജ്യങ്ങൾ ഇതു മുൻകൂട്ടികണ്ട് പല മുൻകരുതലുകളുമെടുക്കുന്നുണ്ട്. ഇന്ത്യ ദീർഘവീക്ഷണത്തോടെയും കൂടുതൽ കരുതലോടെയും പ്രവർത്തിക്കുന്നില്ലെങ്കിൽ നാം നേടിക്കഴിഞ്ഞ വികസനത്തിന്റെ തളിരുകൾ കരിഞ്ഞുപോകാനിടവരും. ജല വിനിയോഗം വളരെ ഗൗരവത്തോടെ കൈകാര്യം ചെയ്യേണ്ട വിഷയമാണ്. ജല സംരക്ഷണത്തിനും ശുദ്ധജല വിതരണത്തിനും ഊന്നൽ കൊടുത്തുകൊണ്ടുള്ള പദ്ധതികൾ അടിയന്തരാവശ്യം തന്നെയാണ്.

മാധ്യമം ഏപ്രിൽ 06, 2019

കമ്മീഷന്റെ വിശ്വാസ്യതയാണ് തെരഞ്ഞെടുപ്പിന്റെ വിശ്വാസ്യത

പൊതുതെരഞ്ഞെടുപ്പിൽ പ്രത്യേകിച്ച് ഇപ്പോഴത്തെപ്പോലെ ജീവന്മരണ പോരാട്ടം നടക്കുന്ന ഒരു മത്സരത്തിൽ പാർട്ടികളുടെയും സ്ഥാനാർഥികളുടെയും കരുത്ത് മാത്രമല്ല പരീക്ഷിക്കപ്പെടുന്നത്. തെരഞ്ഞെടുപ്പ് കമ്മീഷന്റെ വിശ്വാസ്യതയും നിഷ്പക്ഷതയും കാര്യക്ഷമതയുംകൂടി പരിശോധിക്കപ്പെടുന്നുണ്ട്. ലോകത്തെ ഏറ്റവും വലിയ തെരഞ്ഞെടുപ്പെന്ന നിലയ്ക്ക് ഇന്ത്യയിൽ ഇലക്ഷൻ വലിയൊരു വെല്ലുവിളിയാണെന്ന കാര്യത്തിൽ സംശയമില്ല. തിരഞ്ഞെടുപ്പ് കമ്മീഷന്റെ ജോലിക്ക് സഹായകമാകുന്ന ചില ഘടകങ്ങൾ നിലവിലുണ്ട് എന്നതും വസ്തുതയാണ്. ആ ഘടകങ്ങളിൽ ഏറ്റവും പ്രധാനം തെരഞ്ഞെടുപ്പ് സംവിധാനങ്ങളിൽ രാജ്യം കൈവരിച്ച അനുഭവപരിചയവും തെരഞ്ഞെടുപ്പ് നടത്തിപ്പ് സംബന്ധിച്ച് നിലവിലുള്ള ശക്തമായ മുൻവഴക്കങ്ങളുമാണ്. തെരഞ്ഞടുപ്പിൽ എല്ലാ മത്സരാർത്ഥികൾക്കും തുല്യമായ അവസരം ലഭ്യമാകുന്നു എന്ന് ഉറപ്പുവരുത്തിപോന്നിട്ടുള്ളത് പെരുമാറ്റച്ചട്ടമാണ്. ഏറ്റവും ഉയർന്ന രാഷ്ട്രീയക്കാർ മുതൽ ഉദ്യോഗസ്ഥരംഗത്തെ ഇരുത്തം വന്നവർ വരെ ചട്ടങ്ങൾ പാലിക്കാൻ ഈ സമയത്ത് നിർബന്ധിതരാകുന്നു. തീർച്ചയായും മത്സരം കടുക്കുന്ന മുറയ്ക്ക് ഇലക്ഷൻ കമ്മീഷൻ നേരിടുന്ന വെല്ലുവിളികളും ശക്തമാകും. അതുകൊണ്ടുതന്നെയാണ് ചട്ടലംഘനങ്ങളുടെ ആദ്യ സംഭവങ്ങളിൽ കൂടുതൽ ശ്രദ്ധിക്കേണ്ടത്. കമ്മീഷൻ ദുർബലമാണെന്ന് കണ്ടാൽ ചട്ടലംഘനങ്ങൾ വർദ്ധിക്കും.

മാതൃഭൂമി ഏപ്രിൽ 08, 2019

കാട് കത്തുമ്പോൾ കൈമലർത്തരുത്

കേരളത്തിന്റെ കാടുകൾ കത്തുകയാണ്. വേനൽക്കാലത്ത് സാധാരണ കാട്ടുതീയുണ്ടാകാറുണ്ട്. എന്നാൽ ഇക്കുറി അങ്ങനെയല്ല കാട്ടു തീ കൂടുതലാണ്. വേനൽ കടുത്തതുകൊണ്ടു മാത്രമല്ല അതെന്നു വ്യക്തം. വേനലിന്റെ മറവിൽ ചിലർ കാടിന് തീയിടുകയാണ്. കാട്ടുതീ കാടിന്റെ ആവാസവ്യവസ്ഥയ്ക്കുണ്ടാക്കുന്ന ആഘാതം വളരെ വലുതാണ്. കാടിന്റെ നിലനിൽപ്പിന് അനിവാര്യമായ സസ്യലതാദികളും സൂക്ഷ്മാണുക്കളും ഇല്ലാതാകുന്നത് മറ്റുള്ളവയുടെ നിലനിൽപ്പിന് ഭീഷണിയാകും. കേരളത്തിൽ അങ്ങനെ സ്ഥിരമായി തീപിടിക്കുന്ന കാടുകളുണ്ട്. തീപിടിത്തത്തിന്റെ സാധ്യതയെ മുൻനിർത്തി കാടുകളെ വേർതിരിച്ചായിരുന്നു ഗ്ലോബൽ ഫയർ മാനേജ്മെന്റ് പഠനം നടത്തുന്നത്. തടിമോഷ്ടിക്കാനും കൃഷിചെയ്യാനും വനഭൂമി കൈയേറാനുമൊക്കെ കാട്ടുതീയുണ്ടാക്കുന്നവരുണ്ട്. തെളിവില്ലാത്തതിനാൽ ഇത്തരക്കാർക്കെതിരെ നടപടിയെടുക്കാനും കഴിയില്ല. ചില കാടുകളിൽ ഉണ്ടാകുന്ന കാട്ടുതീ മനുഷ്യ സൃഷ്ടിയാണെന്ന് ബോധ്യപ്പെട്ട വനംവകുപ്പ് നിയമനടപടികളുമായി മുന്നോട്ടുപോകാൻ തീരുമാനിച്ചിരിക്കുകയാണ്. സ്വാഭാവികമായ കാട്ടുതീ പൂർണ്ണമായി ഇല്ലാതാക്കാനാവില്ല. എന്നാലത് നിയന്ത്രിക്കാനാവും. കാടിന്റെ ആരോഗ്യത്തിനായി കാട്ടുതീയെ ഉപയോഗിക്കുകയുമാവാം. വലിയ കാട്ടുതീ ഉണ്ടാകാതിരിക്കാൻ നിയന്ത്രിതമായി കാട്ടിൽ തീയിടുന്ന സമ്പ്രദായം (കോൾഡ് ഫയർ) വികസിത രാജ്യങ്ങളിലുണ്ട്. അങ്ങനെ ചെയ്യുമ്പോൾ വലിയ തീപിടിത്തത്തിനുള്ള സാധ്യത കുറയും. കാട്ടുതീയുണ്ടാകുമ്പോൾ തടയുക എന്നതിനപ്പുറം സ്ഥിരമായ ശാസ്ത്രീയപരിപാലന രീതി സ്വീകരിക്കുകയാണ് വേണ്ടത്.

മാതൃഭൂമി ഏപ്രിൽ 09, 2019

ജീവനുവേണം ഇരുട്ടുള്ള രാത്രികൾ

വായുമലിനീകരണവും ജലമലിനീകരണവും ശബ്ദമലിനീകരണവുമെല്ലാം ഇന്ന് ഏറെ ചർച്ചചെയ്യപ്പെടുന്ന വിഷയങ്ങളാണ്. കാലാവസ്ഥാ വ്യതിയാനത്തിനു വരെ ഇടയാക്കുന്ന ഇത്തരം മലിനീകരണങ്ങൾ കുറയ്ക്കാൻ ലോകവ്യാപകമായി നടപടികൾ സ്വീകരിച്ചു വരുന്നുണ്ട്. എന്നാൽ ഇന്ത്യയിൽ അധികമാരും ചർച്ചചെയ്യാത്ത വിഷയമാണ് പ്രകാശമലിനീകരണം. ആകാശക്കാഴ്ചകൾ ഇല്ലാതാക്കാനും രാത്രിയിലെ അതിവെളിച്ചം വഴിവെക്കും. രാത്രിയിൽ കൃത്രിമ വെളിച്ചത്തിന്റെ അതിപ്രസരം കാരണം ഇരുട്ട് ഇല്ലാതാവുന്ന സ്ഥിതിവിശേഷമാണ് പ്രകാശ മലിനീകരണം. പകൽ വെളിച്ചംപോലെ രാത്രിയിലെ ഇരുട്ടും ജീവജാലങ്ങളുടെ നിലനിൽപ്പിന് അനിവാര്യമാണ്. ഭൂമിയിലെ ആവാസവ്യവസ്ഥ തകരാറിലാക്കാൻ ഇടയാക്കുന്നതാണ് പ്രകാശമലിനീകരണം. ഇത് മനുഷ്യരിൽ ഗുരുതര ആരോഗ്യപ്രശ്നങ്ങളുണ്ടാക്കുന്നു. പരിണാമപരമായി നോക്കുമ്പോൾ പകലും രാത്രിയുമായി ജീവിതം നയിക്കുന്ന രീതിയിലാണ് ജീവജാലങ്ങൾ ഉരുത്തിരിഞ്ഞുവന്നതെന്ന് കാണാം. മനുഷ്യൻ ഉൾപ്പെടുന്ന നാനാവിധ ജീവികളടങ്ങുന്ന ജൈവവ്യവസ്ഥയ്ക്കും ഭീഷണിയാണ് രാത്രിയിലെ ഇരുട്ടില്ലായ്മ. ജ്യോതിശാസ്ത്ര ഗവേഷണമാണ് പ്രകാശമലിനീകരണം ഭീഷണിയുയർത്തുന്ന മറ്റൊരു രംഗം. ആകാശത്തിൽ പ്രതിഫലിക്കുന്ന കൃത്രിമ വെളിച്ചം വാനനിരീക്ഷണം അസാധ്യമാക്കുന്നു. തന്മൂലം ഗവേഷണ പ്രവർത്തനങ്ങളെ ഇത് ബാധിക്കുന്നു. തെളിഞ്ഞ ആകാശത്തിൽ നഗ്നനേത്രങ്ങൾകൊണ്ട് ആറായിരത്തോളം നക്ഷത്രങ്ങളെ കാണാനാവുമെന്നാണ് കണക്ക്. ഇന്ന് നമ്മുടെ നഗരങ്ങളിൽ ഇതിന്റെ നാലിലൊന്ന് പോലും ദൃശ്യമല്ല.

വികസിത രാജ്യങ്ങളിൽ പ്രകാശമലീനികരണത്തിനെതിരേ ബോധവത്ക്കരണം നടക്കുന്നുണ്ട്. അമേരിക്ക ആസ്ഥാനമായുള്ള ഇന്റർനാഷണൽ ഡാർക്ക് സ്കൈ അസോസിയേഷൻ ഇത്തരം പ്രവൃത്തികളിൽ വ്യാപൃതരാണ്. പ്രകാശമലിനീകരണത്തിന്റെ പ്രത്യാഘാതങ്ങളെക്കുറിച്ചും അത് കുറയ്ക്കാനുള്ള വഴികളെക്കുറിച്ചും കാര്യമായ പഠനങ്ങൾ ഇന്ത്യയിലും ഉണ്ടാവേണ്ടതുണ്ട്.

Classroom



Management Stock Exchanges

The Management of a stock exchange in India is vested in a governing body. This governing body is known as "Governing Board' at the Bombay stock Exchange, Council of Management' at the Madras Stock Exchange, Board of Directors at the Delhi stock Exchange and Committee at the Calcutta Stock Exchange. The governing body enjoys wide administrative and governmental powers. It is composed of members representatives and government nominees. While the representative are elected once a year the government nominees hold office at the discretion of the Central Government. There is no provision for any public representation. However, it is open to the Central Government to require a stock exchange to provide for one public representative as a precondition for recognition. The Delhi Stock Exchange has provided for one public representative under the directions of the Central Government.

The governing body usually appoints several sub-committees to manage the day-to-day affairs of the stock exchange. The different aspects of the stock business that may be looked after by sub-committees are:

i. Admission of members and assistant

ii. Security deposit

iii. Share examination

iv. Granting of quotation and enlistment.

v. Clearing House

vi. Arbitration for disputes

vii. Defaulters and scrutiny

viii. Finance and investment

ix. Library

x. Public relations

xi. Documents

It is not necessary that all these sub-committees should be there for the efficient working of the stock exchange. The biggest stock exchanges in India- the Bombay Stock Exchange- has only the Arbitration Committee and the Defaulters Committee. Other matters are looked after by the Governing Board itself.

Membership Rules

The business transacted in a stock exchanges is a highly technical one. The investing public can deal in the securities market only through the members or brokers of the exchange. It is imperative that these members are men of character, integrity, financial responsibility and competence. These members must also be extremely well informed about the economic, commercial, financial and political developments both within and outside the country. They must be able to serve as the friend, philosopher and guide of their clients. However, it seems tan no qualifications whatsoever are required for membership, other than the ability to find the necessary sureties and the cash with which to pay the price of admission at the Indian Stock Exchanges_.

Under Rules 8 of the Securities Contracts (Regulation) Rules 1957, no person shall be eligible to be elected as a member if:

a. He is less than 21 years of age

b. He is not a citizen of India (this condition is relaxable by the Central Government)

c. He has been adjusted bankrupt or a receiving order has been made against him or he has been proved to the insolvent even though he has obtained his final discharge.

d. He has compounded with his creditors

e. He has been convicted of an offence involving fraud or dishonesty

f. He is engaged as principle or employee in any business other than that of securities.

g. He is associated with or is a member of or subscriber to or shareholder or debenture holder in or connected through a partner or employee with any other organization, institution, association, company or corporation in India where dealing in securities are carried on or he is a director or partner or employee of a company whose principal business is that of dealing in securities unless he undertakes on admission to serve such association or connection:

h. He has been at any time expelled or declared a defaulter by any other stock exchange:

i. He has been previously refused admission to membership unless a period of one year as elapsed since the date of such rejection.

It is clear from the above that only an individual, and not a firm or a company can be a member of a stock exchange.

Operators And Dealers on the Stock Exchange:

As in the case of commodity exchanges, we find in a stock exchange also the zoological characters, bulls, bears and stags. These operators play a similar role with reference to securities. However, the members of a stock exchange are classified on a functional basis as follows: (i) the commission brokers,(ii) the floor brokers, (iii) the taravaniwalas, (iv) the dealers in non- cleared securities, (v) the odd lot dealers, (vi) the budliwalas and (vii) arbitrageurs. Besides transacting business in the stock exchange on behalf of the members and they are known as remisiers and authorized clerks.

(i) Commission brokers: Almost all the members of a recognized stock exchange are commission brokers only. These brokers execute buying and selling instructions of their clients for a specified rate of commission fixed by the stock exchange.

(ii) Floor brokers: These people are usually few in number. They are not officially attached to other members. They work for brokerage and execute orders for any members or an outside investor.

(iii)Taravaniwalas: While commission brokers act on behalf of the outside investors or other members, the Taravaniwalas deal on their own account. They resemble jobbers on the London Stock Exchange and the specialists on the New York stock Exchange. They trade in and out of the market for a small difference in price and thereby provide the necessary liquidity and continuity of market in securities. They often encroach upon the field of brokers and manipulate the prices of securities against the broker members. In addition, they frequently make false offers and bids and back out of the transactions that are unfavourable to them. These and other abuses of taravaniwalas are regulated now under the provisions of the Securities Contracts (Regulation) Act.

(iv) Dealer is non cleared securities: These people specialize in non – cleared securities which are not on the active trading list and buy and sell on their own account.

(v) Odd lot dealers: Here the specialization is buying and selling securities in amounts less than prescribed trading units. They buy odd lots and make them up into marketable trading units. They also split up round lots and sell them in odd lots. They do not survive on brokerage or commission but on the difference between the buying price and selling of odd lots.

(vi) Budliwalas: These people are the financiers on the securities market. They lend cash to the market by taking delivery of securities on the due date at the end of clearing for those who wish to carry over their purchases. They also sell securities to the market when it is short, by giving delivery on the due date at the end of the clearing, for those who wish to carry over their sales.

When the buyer is willing to carry over the transaction, he has to pay the budliwala a consideration called cantango or budla charge. Cantango is to cover the interest charge, on this indirect loan. Likewise the seller has to pay budla charge, known as backwardation to the dudliwala, when the request of carry over comes from the seller. The cantango and backwardation may be paid separately or may be adjusted with the price of securities. The budla transactions are regulated by the stock exchange and sometimes prohibited also. As only overtraded securities are carried over, the carry- over or budla facilities are useful in keeping the market stable, provided speculation on this account is within bounds.

vii. Arbitrageurs: The arbitrageur specializes in making purchases and sales in different markets at the same time and profits by the difference in prices between the two markets. His success in this type of operation depends upon the number of securities simultaneously listed on different stock exchange, and the availability of fast means of communication like, telex or teleprinter services.

Remisers. These people are also known as half commission men. They act as agent of the members for the purpose of security business for them. They are not allowed to transact business on the floor of the stock exchange. They are only procurers of business. Their remuneration is paid out of the commission earned from the business secured by them.

Authorised clerks. These people are also known as Member Assistants and they are the authorized representatives or assistants of members. They can transact business only on behalf of their employers. ●



അഡ്വർട്ടൈസിംഗ്, മാർക്കറ്റിംഗ് മേഖലകളിലേക്ക് കടന്നുവരുന്ന നവാഗതർക്കും വിദ്യാർത്ഥികൾക്കും പ്രയോജനപ്പെടുത്താവുന്ന ഒരു പംക്തി. ഓരോ ലക്കവും സൂക്ഷിച്ച് വയ്ക്കുന്നവർക്ക് ഭാവിയിൽ ടെക്സ്റ്റ്ബുക്കായി ഉപകരിക്കും.

സ്ത്രീ ബിംബങ്ങൾ ഇന്ത്യൻ ടെലിവിഷൻ പരസ്യങ്ങളിൽ

പരസ്യത്തിന്റെ ഉള്ളടക്കത്തെക്കുറിച്ചും രൂപത്തെക്കുറിച്ചുമുള്ള ഉത്തരാധുനിക വിമർശനങ്ങൾ, പരസ്യകലാകാരന്മാരല്ലേ ആദ്യം വായിക്കേണ്ടത്? പരസ്യധർമ്മത്തിന്റെ മൂല്യവിചാരങ്ങൾക്ക് പുതിയ വായനകൾ നിർവഹിക്കേണ്ടതും അവരല്ലേ?

പരസ്യകലയുടെ സിദ്ധാന്തങ്ങളും പ്രയോഗങ്ങളും വിമർശനബുദ്ധ്യാ നിരീക്ഷിക്കുന്ന ഒരു ഗ്രന്ഥത്തിൽ, പരസ്യകലയെ പ്രതിസ്ഥാനത്തു നിർത്തി അതിനിശിതം വിമർശിക്കുന്ന ഗ്രന്ഥങ്ങൾക്കും സൈദ്ധാന്തികർക്കും സ്ഥാനം കൊടുക്കാമോ?

ഇങ്ങനെയൊരു ചിന്ത ഈ പുസ്തകം വായിക്കുന്നവരിൽ ചിലർക്കെങ്കിലും ഉണ്ടായേക്കാം. ഇങ്ങനെയൊരു ആശങ്ക എന്നല്ല ലേഖകൻ പ്രയോഗിച്ചിരിക്കുന്നത് എന്നത് ശ്രദ്ധിക്കുമല്ലോ. ആശങ്കയും ചിന്തയും വിരുദ്ധമാണ്. ആശങ്കകൾ നിങ്ങളെ നിഷ്ക്രിയരാക്കുമ്പോൾ ചിന്ത നിങ്ങളെ സർഗാത്മകതയുടെ പുതിയ പഥങ്ങളിലേക്ക് നയിക്കുന്നു. നമുക്ക് ഇനി പരസ്യകലയെക്കുറിച്ചുള്ള നിശിത ചിന്തകളിലൂടെ അൽപം സഞ്ചരിക്കാം. പരസ്യം ഒരു സാമൂഹിക യാഥാർത്ഥ്യമാണ്. ആ സമൂഹിക യാഥാർഥ്യത്തിന്റെ ശ്ലീലാശ്ലീലങ്ങൾക്കുള്ളിൽ, സത്യാസത്യങ്ങൾക്കുള്ളിൽ, ലാഭനഷ്ടങ്ങൾക്കുള്ളിലാണ് പരസ്യകലാകാരന്റെ സ്വത്വം നിലനിൽക്കുന്നതും അന്നം നേടുന്നതും.

ഉത്തരാധുനിക സമൂഹത്തിൽ 'കല' എന്ന സങ്കൽപ്പനത്തിന്റെ വിവക്ഷകൾ മാറിപ്പോയിരിക്കുന്നു. നിമ്നകലയെന്നും ഉന്നതകലയെന്നും കള്ളികൾ വേർതിരിച്ചുള്ള കലാ ചിന്തയുടെ കാലം എന്നേ കഴിഞ്ഞിരിക്കുന്നു. 'മോണാലിസ'ക്ക് മീശവെച്ച് ആധുനികത അതിന്റെ വൈഷണിക നിഷേധം പ്രകടിപ്പിച്ചുവെങ്കിൽ, ഡിജിറ്റൽ സാങ്കേതികത, മോണാലിസയ്ക്ക് നേർപകുതിയായി അതിന്റെ സൃഷ്ടാവിനെ കൂട്ടിച്ചേർക്കുകയും അതിനെ പലതായി ചിതറിക്കുകയും പുനർവിന്യസിക്കുകയും പല അടരുകൾ കൂട്ടിച്ചേർക്കുകയും ചെയ്തു കഴിഞ്ഞിരിക്കുകയാണ്.

പരസ്യത്തിന്റെ ഉള്ളടക്കത്തെക്കുറിച്ചും രൂപത്തെക്കുറിച്ചുമുള്ള ഉത്തരാധുനിക വിമർശനങ്ങൾ, പരസ്യകലാകാരന്മാരല്ലേ ആദ്യം വായിക്കേണ്ടത്? പരസ്യധർമത്തിന്റെ മൂല്യവിചാരങ്ങൾക്ക് പുതിയ വായനകൾ നിർവഹിക്കേണ്ടതും അവരല്ലേ?

അഭീക് റോയ് എഴുതിയ Selling Stereotypes- Images of Women In Indian Television Commercials എന്ന പുസ്തകമാണ് നാം ഇവിടെ പരിശോധിക്കുന്നത്.

കാൻസസ് യൂണിവേഴ്സിറ്റിയിൽ നിന്ന് ഡോക്ടറേറ്റ് നേടിയിട്ടുള്ള റോയ് പിന്നീട് മെട്രോപോളിറ്റ് സ്റ്റേറ്റ് യൂണിവേഴ്സിറ്റിയിൽ മീഡിയ സ്റ്റഡീസിൽ അസിസ്റ്റന്റ് പ്രൊഫസറായി. അന്താരാഷ്ട്ര അക്കാദമിക് പ്രസിദ്ധീകരണങ്ങളിൽ മാധ്യമ സംബന്ധമായ ധാരാളം പഠനലേഖനങ്ങൾ ഇദ്ദേഹം പ്രസിദ്ധീകരിച്ചിട്ടുമുണ്ട്.

ഗ്രന്ഥനാമം കൃത്യമായും അതിന്റെ ഉള്ളടക്കത്തിന്റെ വിവക്ഷകൾ വ്യക്തമാക്കുന്നുണ്ട്. അഖില ശിവദാസിന്റെ നേതൃത്വത്തിൽ Media Advocacy Group (MAG) എന്ന പ്രസ്ഥാനത്തിന്റെ ആഭിമുഖ്യത്തിൽ നടന്ന മാധ്യമ ബോധനാധിഷ്ഠിതമായ ഗവേഷണങ്ങളുടെയും സമാഹരിച്ച സർവ്വേ റിപ്പോർട്ടുകളുടെയും അടിസ്ഥാനത്തിൽ ആണ് റോയ് തന്റെ പഠനം നിർവഹിച്ചിരിക്കുന്നത്. ഈ പഠനത്തിന് ആധാരമായി സ്വീകരിച്ചത് അൽത്തൂസർ, ബാർത്ത്, ലക്കാൻ തുടങ്ങിയ നവ സൈദ്ധാന്തികരുടെ സിദ്ധാന്തങ്ങളുമാണ്. വളരെ ഗൗരവത്തോടെയും ശാസ്ത്രീയമായും നിർവഹിക്കപ്പെട്ട പഠന നിരീക്ഷണങ്ങളുടെ വിശകലനഫലമാണ് പ്രസ്തുത ഗ്രന്ഥം. ഇങ്ങനെ മറ്റൊന്ന് ലഭ്യമല്ലാത്തതിനാൽ ഇതിന്റെ പ്രസക്തി വർദ്ധിക്കുകയും ചെയ്യുന്നു. 1995 ഡിസംബർ മാസം 18-ാം തീയതി മുതൽ 24-ാം തീയതി വരെ വിവിധ ടൈം സ്ലോട്ടുകളിലായി ദൂരദർശനിൽ സംപ്രേഷണം ചെയ്യപ്പെട്ട ടെലിവിഷൻ പരസ്യങ്ങളാണ് റോയ് വിശകലനം ചെയ്തത്. 343 പരസ്യങ്ങളിൽ നിന്ന് സ്ത്രീകൾ കഥാപാത്രങ്ങളായി വരുന്ന 96 പരസ്യങ്ങളാണ് റോയ് പഠിച്ചത്. പരസ്യങ്ങളിലെ പ്രതീകങ്ങളും ബിംബങ്ങളിലൂടെ പ്രേക്ഷകരിലേക്ക് സംവേദനം ചെയ്യപ്പെടുന്ന സന്ദേശങ്ങളുടെ അന്തരാർത്ഥങ്ങളും വിവക്ഷകളും അപനിർമ്മിച്ച് അവ എത്രമാത്രം പുരോഗമനപരവും സ്ത്രീപക്ഷപാദപരവുമാണ് എന്നപഗ്രഥിക്കുവാനാണ് അദ്ദേഹത്തിന്റെ ശ്രമം.

തന്റെ പഠനത്തിൽ അദ്ദേഹം ഉന്നയിച്ച ചോദ്യങ്ങൾ ഇവയാണ്.

1. ഇന്ത്യൻടെലിവിഷനിൽ നിർമ്മിതമാക്കപ്പെട്ടിരിക്കുന്ന സ്ത്രീസ്വത്വം ഏതുവിധമുള്ളതാണ്?

2. ഈ പരസ്യ സന്ദേശങ്ങളുടെ അന്തർധാരയായി വർത്തിക്കുന്ന ആശയസംഹിതകൾ ഏവയാണ്?

3. ഈ പരസ്യങ്ങളിലെ സ്ത്രീബിംബങ്ങൾ സ്ത്രീകളായ കാണികളോട് സംവേദനം ചെയ്യുന്നത് എന്താണ്?

4. ഈ ടെലിവിഷൻ പരസ്യങ്ങളിലെ സ്ത്രീസ്വത്വങ്ങൾ, ഭാരതീയ സമൂഹത്തിൽ സ്ത്രീകൾ നേടിയ സാമൂഹിക സാംസ്കാരിക പുരോഗതികളോട് പൊരുത്തപ്പെടുന്നവയാണോ?

5. ഈ ടെലിവിഷൻ പരസ്യങ്ങളിലെ സന്ദേശങ്ങൾ ആൺ/പെൺ പ്രേക്ഷകർ എങ്ങനെയാണ് വായിച്ചെടുക്കുന്നത്?

ടെലിവിഷൻ പരസ്യത്തിലെ സാങ്കേതികാംശങ്ങളെ അപനിർമ്മിച്ചുകൊണ്ട്, ശബ്ദതലത്തിലും ദൃശ്യതലത്തിലും രൂപകതലത്തിലും ഈ പരസ്യങ്ങൾ ആവിഷ്കരിക്കുന്ന അർഥതലങ്ങൾ വിശകലനം ചെയ്തുകൊണ്ട്, ഏതു വിധമാണ് ഇവയിൽ ഭാരതീയ സ്ത്രീസ്വത്വം നിർമ്മിക്കപ്പെട്ടിരിക്കുന്നത് എന്ന് വിശദീകരിക്കുകയാണ് റോയ് ചെയ്യുന്നത്.

സ്റ്റീരിയോ ടൈപ്പുകളെ മാറ്റിക്കൂടെ?

ഭർതൃസേവനം മാത്രം ജീവിതലക്ഷ്യമാക്കി, അയാളുടെ കുട്ടികൾക്കു പോറ്റമ്മയായി, രുചികരവും പോഷകകരവുമായ നല്ല ഭക്ഷണങ്ങൾ വച്ചു വിളമ്പി, കുടുംബത്തിന്റെ ഐശ്വര്യമായി വിളങ്ങി, പതിവ്രതയായി വീടിന്റെ അതിരുകൾക്കുള്ളിൽ ജീവിതകാലം മുഴുവൻ തളച്ചിടപ്പെടുന്ന വിനീത വിധേയായ 'ദേവത'യായിട്ടാണ് പുരാതന ഭാരതീയ സംസ്കാരം സ്ത്രീ സ്വത്വത്തെ നിർവചിച്ചതും ആചരിച്ചതും. ഒരേ സമയം തന്നെ 'ശക്തി' ആയിരിക്കുകയും 'പ്രകൃതി' ആയിരിക്കുകയും ചെയ്യുന്ന ദ്വന്ദാത്മക വ്യക്തിത്വം.

ലൈംഗികതയുടെ മേഖലയിൽ മനുഷ്യ സംഹിതകൾ സ്ത്രീകൾക്കു നൽകുന്ന നിയമസംഹിതകൾ നോക്കുക. ഭർത്താവ് സ്ത്രീജിതനാകാം. പക്ഷേ, ഭാര്യ അയാളെ ഈശ്വരനെപോലെ പൂജിക്കേണ്ടതാണ്. തൊട്ടിൽ മുതൽ ചിതവരെ പുരുഷാശ്രിതത്വത്തിൽ കഴിയേണ്ടവൾ. കുഞ്ഞായിരിക്കുമ്പോൾ അച്ഛനെ, യുവത്വത്തിൽ ഭർത്താവിനെ, വാർദ്ധക്യത്തിൽ പുത്രനെ അവൾക്ക് ആശ്രയിക്കേണ്ടി വരുന്നു. കുടുംബനാഥൻ സർവ്വാധികാരിയായ ഒരു കുടുംബവ്യവസ്ഥയ്ക്കു ജീവിതകാലം മുഴുവൻ വഴങ്ങി ജീവിക്കേണ്ട സ്ത്രീ എന്ന ഈ സങ്കല്പത്തിന് 'അമ്മ' എന്ന മഹനീയ വേഷത്തിന്റെ പവിത്രശോഭ കൂടിയാകുമ്പോൾ, അസ്വാതന്ത്ര്യങ്ങൾ പൂർണമാകുന്നു.

കമ്പ്യൂട്ടറും സൈബർ സ്പേസും ഡിജിറ്റൽ സാങ്കേതികതയും യാഥാർത്ഥ്യമായിക്കഴിഞ്ഞ ഉത്തരാധുനിക ഇന്ത്യൻ സമൂഹത്തിൽ തൊഴിലെടുത്ത് സ്വന്തം കാലിൽ നിൽക്കുന്ന സ്ത്രീ സ്വതന്ത്രയല്ലേ? മുമ്പ് പറഞ്ഞതെല്ലാം പഴങ്കഥയല്ലേ? എന്നൊക്കെയുള്ള ചോദ്യങ്ങൾ ഇവിടെ സ്വാഭാവികമായും ഉയർന്നുവരാം. വനിതാപ്രസിദ്ധീകരണങ്ങളിലെ സർവേകൾ വായിച്ചാൽ, ലൈംഗികതയിൽപോലും സ്വന്തം ഡിമാന്റുകൾ ഉറക്കെ പ്രഖ്യാപിക്കുന്ന സ്ത്രീകളെയാണ് കാണാൻ കഴിയുക.

എന്നാൽ, മാറ്റങ്ങളെല്ലാം ഒരു ന്യൂനപക്ഷത്തിൽ മാത്രമാണ് സംഭവിക്കുന്നത് എന്നതല്ലേ യാഥാർത്ഥ്യം? സാമൂഹിക ശാസ്ത്രമേഖലകളിലെ പഠനങ്ങളും സർവേകളും അതാണ് തെളിയിക്കുന്നത്. പുരുഷകോയ്മകളുടെ എല്ലാ അനീതികളും അസമത്വങ്ങളും ഇന്നും ഇന്ത്യയിലെ സാധാരണക്കാരും നിരക്ഷരരുമായ ജനകോടികളുടെ നിത്യജീവിതത്തിലെ പച്ചയായ യാഥാർത്ഥ്യങ്ങളാണ്.

ഇന്ത്യൻ സമൂഹം അതിന്റെ പൊതുമനസ്സിൽ ഇന്നും മനുസംഹിതയുടെ ആദർശങ്ങളോടെയാണ് സ്ത്രീയെ പ്രതിഷ്ഠിച്ചിരിക്കുന്നത്. എന്നാൽ, പതുക്കെ അതിനെതിരായുള്ള സ്ത്രീപക്ഷവാദങ്ങളും ഇവിടെ വേരോടിത്തുടങ്ങിയിരിക്കുന്നു എന്ന സാമൂഹിക യാഥാർത്ഥ്യവും നാം വിസ്മരിച്ചു കൂടാ.

ഈയൊരു ചിന്താ പശ്ചാത്തലത്തിൽ നിന്നു

കൊണ്ടാണ് അഭീക് റോയ് ഇന്ത്യൻ ടെലിവിഷനിൽ ആവിഷ്കൃതമാകുന്ന സ്ത്രീസ്വത്വത്തെക്കുറിച്ചുള്ള തന്റെ വ്യവഹാരം : 'Selling stereotypes' എന്ന ഗ്രന്ഥത്തിൽ ആരംഭിക്കുന്നത്.

ഉത്തമയായ വീട്ടമ്മ എന്ന നിലയിൽ അല്ലെങ്കിൽ ലൈംഗിക പ്രതീകം എന്ന നിലയിലാണ് പ്രധാനമായും ഇവയിൽ സ്ത്രീകൾ ചിത്രീകരിക്കപ്പെടുന്നത്. ചിലപ്പോൾ 'അമ്മ' എന്ന നിലയിൽ മഹത്വവത്ക്കരിക്കപ്പെട്ടേക്കാം. മറ്റു ചിലപ്പോൾ ലൈംഗികോപകരണം എന്ന നിലയിൽ വസ്തുവത്ക്കരിക്കപ്പെട്ടേക്കാം. ഇന്ത്യൻ സിനിമകളിലെന്നതുപോലെ തന്നെ അലങ്കാര വസ്തുക്കളായി മാത്രമാണ് പലപ്പോഴും സ്ത്രീകൾ ഈ ടെലിവിഷൻ പരസ്യങ്ങളിൽ പ്രത്യക്ഷപ്പെടുന്നതത്രെ! നിരവധി പേരുടെ പഠനങ്ങളും നിരീക്ഷണങ്ങളും ഈ വാദഗതികൾ തെളിയിക്കുവാനായി അഭീക് റോയ് അവതരിപ്പിക്കുന്നുണ്ട്.

ചുരുക്കിപ്പറഞ്ഞാൽ സ്ത്രീയെ സംബന്ധിക്കുന്ന ഇന്ത്യൻ സമൂഹത്തിന്റെ നിലപാടുകൾക്ക് ഉപരിപ്ലവമായ ചില മാറ്റങ്ങൾ കാണാൻ കഴിയുമെങ്കിലും അതിന്റെ അന്ത:സത്തയിൽ അതിന്നും യാഥാസ്ഥിതികം തന്നെ. സ്വയം പര്യാപ്തത നേടിയ ഒരു പ്രൊഫഷണൽ ആയിരിക്കുമ്പോഴും കുടുംബത്തിൽ സ്ത്രീയുടെ റോൾ ചിരപുരാതനമായതു തന്നെ. ഇന്ത്യൻ ടെലിവിഷൻ പരസ്യങ്ങൾ ഈ യാഥാർത്ഥ്യത്തെ കുടുതൽ വർണഭംഗിയോടെ ഉറപ്പിച്ച് പറയുക മാത്രമാണ് ചെയ്യുന്നത് എന്നതാണ് അഭീക് റോയ് തന്റെ പഠനത്തിലൂടെ കണ്ടെത്തുന്നത്.

പരസ്യം ഒരു സാംസ്കാരിക വ്യവഹാരം കൂടിയാണ്. അതുകൊണ്ട്, സാമൂഹിക മൂല്യങ്ങളുടെയും ചലനങ്ങളുടെയും പ്രതിഫലനങ്ങൾ അവയിലുണ്ടാവണം. അഭീക് റോയിയുടെ പരാതി, നിലവിലുള്ള യാഥാസ്ഥിതികമായ സ്റ്റീരിയോടൈപ്പുകളായ സ്ത്രീസ്വത്വങ്ങൾ മാത്രം ആവിഷ്കരിച്ചുകൊണ്ട് ഇന്ത്യൻ ടെലിവിഷൻ പരസ്യങ്ങൾ സ്ത്രീകളെ ചരക്കുവത്കരിക്കുകയാണ് എന്നതാണ്. അൽത്തൂസറിന്റെയും ബാർത്തിന്റെയും ലക്കാന്റെയും നവസിദ്ധാന്തങ്ങളുടെ അടിസ്ഥാനത്തിൽ ഈ ടെലിവിഷൻ പരസ്യങ്ങളെ അപനിർമ്മിച്ച് പുനർവായിക്കുകയാണ് അഭീക് റോയ് ചെയ്യുന്നത്. പുരുഷനോട്ടത്തിന്റെ പ്രത്യക്ഷീകരണങ്ങളാണ് ഈ പരസ്യങ്ങളിലെല്ലാം കാണാൻ കഴിയുന്നതത്രേ. സ്ത്രീസ്വത്വത്തിന് നേരെയുള്ള അപഹാസ്യമായ ഈ തുറിച്ചു നോട്ടങ്ങൾ ഇന്ത്യൻ ടെലിവിഷൻ പരസ്യങ്ങൾ ഉത്പാദിപ്പിക്കുന്ന ആശയ സംഹിതകളുടെ പ്രത്യക്ഷ പ്രതീകങ്ങളുമാണ്.

ശാസ്ത്രീയ സിദ്ധാന്തങ്ങളുപയോഗിച്ച് വിശദമായി, പാഠ്യവിഷയമായ ടെലിവിഷൻ പരസ്യങ്ങൾ വിശകലനം ചെയ്യുന്നതുകൊണ്ട് അഭീക് റോയ് എത്തുന്ന നിഗമനം ഇതാണ്. ഇന്ത്യൻ ടെലിവിഷൻ പരസ്യങ്ങളിലെ സ്ത്രീകൾ സ്റ്റീരിയോ ടൈപ്പുകളാണ്.

ഉത്തമ ഭാര്യ, അമ്മ, ലൈംഗീകോപകരണം എന്നിങ്ങനെയുള്ള സ്റ്റീരിയോടൈപ്പുകൾ വീടിന്റെ ഘടനകൾക്കുള്ളിൽ തളച്ചിടപ്പെടുന്ന വ്യക്തിത്വം. ഒടുവിൽ പരസ്യകലാകാരന്മാരോട് അഭീക് റോയ് ചോദിക്കുന്ന ചോദ്യം ഇതാണ്; എതിർ പക്ഷങ്ങളെ നിങ്ങളെന്തുകൊണ്ട് അവഗണിക്കുന്നു? പരസ്യങ്ങളിലൂടെ പറയപ്പെടുന്ന കാര്യങ്ങളെക്കുറിച്ചുള്ള വേവലാതികളേക്കാൾ പറയപ്പെടാതിരിക്കുന്ന കാര്യങ്ങളെക്കുറിച്ച് വേവലാതിപ്പെടുന്നവരും സമൂഹത്തിലുണ്ട്.

വ്യവസ്ഥാപിതമായിരിക്കാതെ മാറ്റങ്ങൾക്ക് ഒപ്പമാകാൻ, കൂടുതൽ സാമൂഹിക പ്രതിബദ്ധമാകാൻ പരസ്യങ്ങളെ നിർബന്ധിക്കുവാൻ ഉപഭോക്താക്കൾക്ക് കഴിയും എന്ന ചിന്തയോടെയാണ് അഭീക് റോയ് തന്റെ പഠനം അവസാനിപ്പിക്കുന്നത്.

ഇത് ഒറ്റപ്പെട്ട ശബ്ദമല്ല ഈ ശബ്ദങ്ങൾ കേട്ടില്ല എന്ന് നടിച്ചിട്ടും കാര്യമില്ല. ഈ വിമത ശബ്ദങ്ങൾക്കു കാതുകൊടുക്കുവാനും സ്വയം നവീകരിക്കുവാനും പരസ്യലോകത്തിന് കഴിയണം. അല്ലെങ്കിൽ അതിന്റെ ഫലപ്രാപ്തി കുറയുമെന്ന് മാത്രം. ●



പ്രൊഫ. ജോസി ജോസഫ്
മീഡിയ സയൻസിൽ അക്കാദമിക് വിദഗ്ദ്ധൻ

Reading is sometimes an ingenious device for avoiding thought. - Arthur Helps

Wear the old coat and buy the new book.
- Austin Phelps

The ability to read awoke inside me some long dormant craving to be mentally alive.
-Autobiography of Malcolm X, 1964

ബി– നിലവറയും ഷാർജാപള്ളിയും

നവാഗതനായ സൂരജ് സുകുമാർ നായർ കഥ എഴുതി സംവിധാനം ചെയ്യുന്ന ചിത്രമാണ് ബി – നിലവറയും ഷാർജാ പള്ളിയും. ശ്രീപത്മനാഭ ഫിലിം പ്രൊഡക്ഷൻസിന്റെ ബാനറിൽ ടി.കെ.ഷിജു (മിനി) ആണ് ചിത്രം നിർമ്മിക്കുന്നത്. നവാഗതനായ ഹരി രവീന്ദ്രനും സൂരജ് സുകുമാർ നായരും അരുൺ കായംകുളവും ചേർന്നാണ് തിരക്കഥയും സംഭാഷണവും രചിക്കുന്നത്. തിരുവനന്തപുരത്തുള്ള ഒരു കൂട്ടം കോളേജ് വിദ്യാർത്ഥികളുടേയും ഒരു കൊച്ചു ഡോണിന്റെയും കഥ കോമഡിയുടെ പശ്ചാത്തലത്തിലാണ് അവതരിപ്പിക്കുന്നത്. കോമഡി ത്രില്ലർ ഗണത്തിൽപ്പെടുന്ന ചിത്രമാണിത്.

ചലച്ചിത്ര സംവിധായകൻ സുജിത് എസ്.നായർ ഈ ചിത്രത്തിൽ പ്രധാനപ്പെട്ട ഒരു കഥാപാത്രത്തെ അവതരിപ്പിക്കുന്നുവെന്നതാണ് ഒരു പ്രത്യേകത. അർജുൻ നന്ദകുമാർ, മണിക്കുട്ടൻ, മക്ബൂൽ സൽമാൻ, ജഗതി ശ്രീകുമാർ, എം.എ. നിഷാദ്, അനീഷ് ഗോപാൽ, ജോമോൻ ജോഷി, കോട്ടയം നസീർ, ശശി കലിംഗ, പ്രദീപ് കോട്ടയം, ബാലാജിശർമ്മ, വിനീത് വിശ്വൻ, രാജ്കുമാർ, വഞ്ചിയൂർ പ്രവീൺകുമാർ, ആർ.ജെ. ഫിറോസ്, അനീഷ് റഹ്മാൻ, രതീഷ് വെഞ്ഞാറമൂട്, ആനന്ദ് മൻമഥൻ, സുയോഗ് രാജു, ദീപം മുരളി, സജേഷ് നമ്പ്യാർ, ഉമാനായർ തുടങ്ങിയവരാണ് മറ്റ് പ്രധാന താരങ്ങൾ.



ഛായാഗ്രഹണം : അരുൺ ടി. ശശി. ഗാനരചന : ഡെന്നീസ് ജോസഫ് കോട്ടയം, കാർത്തിക് എം.എൽ., ദിവ്യവല്ലി സന്തോഷ്. സംഗീത സംവിധാനം : പ്രശാന്ത് മോഹനൻ. ക്രിയേറ്റീവ് ഹെഡ് : സുജിത് എസ്. നായർ. പ്രൊഡക്ഷൻ കൺട്രോളർ : എസ്. മുരുകൻ. എഡിറ്റിംഗ് : കൈലാഷ് എസ്. ബവൻ. കലാസംവിധാനം : മനോജ് ഗ്രീൻവുഡ്സ്. പി.ആർ.ഒ: റഹിം പനവൂർ. സ്റ്റിൽസ് : വിഷ്ണു ക്യാപ്ചർ ലൈഫ്. കോറിയോഗ്രാഫി : അനീഷ് റഹ്മാൻ. പോസ്റ്റർ ഡിസൈൻ : പ്രതീഷ് കലഞ്ഞൂർ. മീഡിയ ഡിസൈനേഴ്സ് : അനീഷ് മോഹനൻ, ശരത് രമേശ്. സിനിമയുടെ ചിത്രീകരണം ജൂണിൽ ആരംഭിക്കും. – റഹിം പനവൂർ (9946584007)

മുഹമ്മദ് ഷായുടെ ചിത്രത്തിൽ മീര വാസുദേവ് നായിക

എൺപതുകളുടെ അവസാനത്തിൽ മലയാളത്തിലെ അദ്യ ടീനേജ് സംവിധായകൻ എന്ന് ഖ്യാതി നേടിയ പരസ്യ-ഹൃസ്വ ചിത്ര സംവിധായകൻ മുഹമ്മദ് ഷായുടെ ചിത്രത്തിൽ, തന്മാത്ര എന്ന മോഹൻലാൽ ചിത്രത്തിലൂടെ മലയാളകളുടെ പ്രിയങ്കരിയായി മാറിയ മീരാ വാസുദേവ് നായികയാകുന്നു. വെഡ്ഡിങ്ങ് സ്റ്റുഡിയോ സൂം ആർട്ടിന്റെ ബാനറിൽ റ്റി.എം.സുനിലും ഹക്കിം സൽ സബീലും ചേർന്ന് നിർമ്മിച്ച സിനിമയുടെ ചിത്രീകരണം തിരുവനന്തപുരത്തും പരിസരപ്രദേശങ്ങളിലുമായി പൂർത്തിയായി.

ചലച്ചിത്ര ടെലിവിഷൻ രംഗത്തെ കലാകാരന്മാരുടെയും സാങ്കേതിക വിദഗ്ദ്ധരുടെയും സംഘടനയായ കോൺടാക്ട് സംരംഭമായ ലെസ്സൺസ് എന്ന ആന്തോളജി ചിലച്ചിത്രത്തിലെ അഞ്ച് ചിത്രങ്ങളിലൊന്നാണ് പാണിഗ്രഹണം. ശ്രീല ഇറമ്പലിന്റെ ഭ്രഷ്ട് എന്ന തിരക്കഥയെ അവലംബിച്ചാണ് ഈ ചിത്രം നിർമ്മിച്ചിരിക്കുന്നത്. അനിതരസാധാരണമായ ഒരു പ്രണയ കഥയാണ് ഈ ചിത്രത്തിലൂടെ ചുരുളഴിയുന്നത്. ചരിത്രത്തിലും സാഹിത്യത്തിലും പ്രതിപാദിച്ചിട്ടുള്ളതും അന്നും ഇന്നും ഒരുപോലെ നമ്മുടെ സമൂഹത്തിലെ പുരുഷന്മാർക്കിടയിൽ മാറാതെ നിൽക്കുന്നതുമായ ചില മനോഭാവങ്ങൾ ഈ ചിത്രത്തിൽ ചർച്ച ചെയ്യപ്പെടുന്നു.

മീര വാസുദേവ്, സന്തോഷ് കീഴാറ്റൂർ, കലാഭവൻ റഹ്മാൻ, അഹമ്മദ് മുസ്‌ലീം, ടി.ടി.ഉഷ, മായ സുകു, ബേബി ഗൗരി കൃഷ്ണ, ഷംനാദ് അലിഖാൻ, അനിൽ നെയ്യാറ്റിൻകര, ഷഹീൻ സുൽത്താൻ, സുധീർ സാരസ്യ, വിജയൻ കുഴിത്തുറ, മണികണ്ഠൻ നായർ, ശാസ്തമംഗലം മോഹൻ, രാജ് കുമാർ, അഖിലേഷ് എസ് നായർ, മുരുകേഷ് എന്നിവർ അഭിനയിക്കുന്നു. സംവിധാനം: മുഹമ്മദ് ഷാ, കഥ, തിരക്കഥ, സംഭാഷണം: മൂഹമ്മദ് ഷാ & ശ്രീല ഇറമ്പിൽ, നിർമ്മാണം: T.M.സുനിൽ & ഹക്കിം സൽ സബീൽ, ഛായാഗ്രഹണം: അയ്യപ്പൻ എൻ., ചിത്രസംയോജനം: നിഷാൽ കാഞ്ഞിരപ്പള്ളി, ചമയം: പട്ടണം റഷീദ്, ശബ്ദലേഖനം: റ്റി.കൃഷ്ണനുണ്ണി, പശ്ചാത്തല സംഗീതം: ഉദയൻ അഞ്ചൽ, റീ റെക്കോർഡിങ്ങ് & മിക്സിങ്ങ്: റെജി, സംരംഗ് സ്റ്റുഡിയോ, കരുനാഗപ്പള്ളി, കളറിംഗ്: ആർ.മുത്തുരാജ്, സ്പെഷ്യൽ സൗണ്ട് എഫക്ട്:രാജ് മാർത്താണ്ഡം, വസ്ത്രാലങ്കാരം: സൂര്യ ശ്രീകുമാർ, കലാ സംവിധാനം: മനോജ് പാവുമ്പ, പരസ്യകല: പ്ലെയിൻ സ്പീക്ക്, ഹെലിക്യാം: ജോബൻ കൊട്ടാരക്കര, അസിസ്റ്റന്റ് ക്യാമറാമാൻ: ഷമീർ, ജയൻ കീഴ്പേരൂർ, പി.ആർ.ഒ: എ.എസ്.ദിനേശ് & റഹിം പനവൂർ, പ്രൊഡക്ഷൻ കൺട്രോളർ: ഷാജി തിരുമല, ഗ്രാഫിക് ഡിസൈൻ: ഗോപൻ പനവിള, സ്റ്റിൽസ്: സന്തോഷ് അടൂർ, അസ്സോസിയേറ്റ് ഡയറക്ടർ:വിനീത് അനിൽ, അസിസ്റ്റന്റ് ഡയറക്ടേഴ്സ്: റോസ് ചന്ദ്രസേനൻ, സമീർ ഷറഫുദീൻ, ഷിജിൻ ജോർജ്ജ്.



മീരാ വാസുദേവ് മുഹമ്മദ് ഷാ



ആപ്പിളും ഐഫോണും പിക്സാറുമായി ലോകത്തെ മാറ്റി പ്രതിഷ്ഠിച്ച സ്റ്റീവ് ജോബ്സ്

ഭാഗം –16

പേഴ്സണൽ കമ്പ്യൂട്ടറുകൾ, സംഗീതം, ആനിമേഷൻ ചലച്ചിത്രങ്ങൾ, ടാബ്ലെറ്റ്, ഫോണുകൾ, ഡിജിറ്റൽ പബ്ലിഷിംഗ്, കമ്പ്യൂട്ടിംഗ് എന്നീ വ്യവസായങ്ങളിൽ വിപ്ലവം സൃഷ്ടിച്ച് ലോകത്തെ മാറ്റിമറിച്ച സർഗ്ഗാത്മക പ്രതിഭയായ സ്റ്റീവ് ജോബ്സിനെപ്പറ്റിയുള്ള പരമ്പര.

തീപ്പെട്ടിയേക്കാൾ ചെറിയ ഒരു ബോക്സിൽ ആയിരം പാട്ടുകൾ സംഭരിക്കാമെന്നു തിരിച്ചറിഞ്ഞ റൂബിൻസ്റ്റീൻ ആവേശഭരിതനായി. ജപ്പാനിൽ സ്റ്റീവ് താമസിച്ചിരുന്ന ടോക്കിയോയിലെ ഒകുറ ഹോട്ടലിൽ ചെന്ന് റൂബിൻ സ്റ്റീൻ അദ്ദേഹവുമായി സന്ധിച്ചു.

പത്തു മില്യൻ ഡോളർ കിട്ടിയാൽ കാര്യങ്ങൾ ശരിയാക്കാമെന്ന് റൂബിൻ പറഞ്ഞു. സ്റ്റീവ് അത്തു തപ്പെട്ടുപോയി. ഉടൻ തന്നെ ചെക്കെഴുതിക്കൊടുത്തു. തോഷിബ നിർമ്മിക്കുന്ന ഡിസ്ക്കുകളുടെയെല്ലാം അവകാശം നേടിയെടുക്കാനായിരുന്നു അത്.

ടോണി ഫാദെൽ

ഐ-പോഡ് പദ്ധതിക്കു നേതൃത്വം നൽകാനായി റൂബിൻ സ്റ്റീൻ കണ്ടുപിടിച്ചത് ടോണി ഫാദലിനെയാണ്. (Tony Fadell) മിഷിഗൺ യൂണിവേഴ്സിറ്റിയിൽ പഠിക്കുമ്പോൾ തന്നെ മൂന്നു കമ്പനികൾ ആരംഭിച്ച സാഹസികനായ വ്യവസായ സംരംഭകനാണദ്ദേഹം. സംഗീതം അദ്ദേഹത്തിനു ജീവനാണ്. നല്ലൊരു ഡിജിറ്റൽ മ്യൂസിക് പ്ലെയർ നിർമ്മിക്കാനുള്ള ആശയവും അറിവും അദ്ദേഹത്തിന്റെ പക്കലുണ്ടായിരുന്നു. റൂബിൻസ്റ്റീൻ അയാളെ കുപ്പെർട്ടിനോയിലേയ്ക്കു ക്ഷണിച്ചു. ഇപ്പോഴുള്ള mp3 കളെ ഐട്യൂണുമായി പൊരുത്തപ്പെടുത്താൻ പറ്റുന്നില്ലെന്നും സ്വന്തമായി ഒരു മ്യൂസിക് പ്ലെയർ വേണമെന്നും റൂബിൻ സ്റ്റീൻ ആവശ്യപ്പെട്ടു.

ടോണി ഫാദെൽ ആവേശഭരിതനായി. 1.8 ഇഞ്ച് ഹാർഡ് ഡ്രൈവിന്റെ രൂപമുണ്ടാക്കി. പ്ലേ ലിസ്റ്റിൽ നിന്ന് ഒരു ഗാനം തെരഞ്ഞെടുക്കണമെങ്കിൽ ഒരു ബട്ടൺ അനേകം തവണ അമർത്തണമായിരുന്നു. പകരം കറക്കുന്ന ഒരു ട്രാക്ക് വീൽകൊണ്ട് ഗാനം തെരഞ്ഞെടുക്കുന്ന രീതി എഞ്ചിനീയർ ഫിൽ ഷില്ലെർ അവതരിപ്പിച്ചു. സ്റ്റീവ് ജോബ്സിന് അത് ഇഷ്ടമായി. ലളിതമാക്കുക എന്നതാണ് ജോബ്സിന്റെ രീതി. അങ്ങനെ ജോബ്സിന്റെ ഐപോഡ് (i pod) യാഥാർത്ഥ്യമായി.

ഐ പോഡ്

ആയിരം ഗാനങ്ങൾ ഉൾക്കൊള്ളാൻ കഴിവുള്ള ഒരു ഡ്രൈവ്. ആയിരം ഗാനങ്ങളിലൂടെ കടന്നുപോകാൻ

പറ്റുന്ന ഇന്റർ ഫേസും സ്ക്രോൾ വീലും. പത്തു മിനിറ്റുകൊണ്ട് ആയിരം ഗാനങ്ങളെ പ്രവർത്തന സജ്ജമാക്കുന്ന ഫയർവയർ കണക്ഷൻ. അത്രയും ഗാനങ്ങൾക്ക് ആവശ്യമായ ബാറ്ററി കണക്ഷൻ, ഒരായിരം ഗാനങ്ങൾ പോക്കറ്റിൽ! ആരും മോഹിച്ചുപോകുന്ന ഒന്ന്.

2001 ഒക്ടോബർ 23ന് സ്റ്റീവ് ജോബ്സ് ഐ പോഡ് ഉൽഘാടനം ചെയ്യവേ അതിന്റെ സാങ്കേതിക ഗുണമേന്മകൾ വിവരിച്ചശേഷം ഇതാ അതെന്റെ പോക്കറ്റിലുണ്ട് എന്നു പറഞ്ഞുകൊണ്ട് ജീൻസിന്റെ പോക്കറ്റിൽ കയ്യിട്ട് തിളങ്ങുന്ന വെള്ളനിറത്തിലുള്ള ഉപകരണം പുറത്തെടുത്തു.

തൂവെള്ള ഉപകരണം, ഹെഡ്ഫോണുകളും പവ്വർ ബ്ലോക്കുകളും വയറുകളും വെള്ള. വെളുത്ത ഇയർബഡ് വയറുകൾ ഐ പോഡിനെ വിശുദ്ധിയുള്ള ഒരു ആരാധനാപാത്രമാക്കി.

പോക്കറ്റിൽ സ്ഥാനം പിടിക്കുന്ന – ആയിരം ഗാനങ്ങളുൾക്കൊള്ളുന്ന അത്ഭുതയന്ത്രം കണ്ട് ഉത്ഘാടനത്തിനെത്തിയവർ അത്ഭുതപ്പെട്ട് കരഘോഷം മുഴക്കി.

ആപ്പിളിന്റെ എല്ലാ ഗുണങ്ങളും എഞ്ചിനീയറിംഗും സർഗ്ഗാത്മകതയും കലയും കവിതയും ലളിതവും ധീരവുമായ രൂപകല്പനയും സമ്മേളിച്ച ഐ പോഡിൽ കമ്പ്യൂട്ടറും ഫയർവയറും സോഫ്റ്റ് വെയറും മാനേജ്മെന്റും സമഗ്രവും സംയോജിതവുമായി പ്രയോഗക്ഷമമായിരുന്നു. ഐ പോഡ് വലിയ വിജയമായി. മറ്റു മ്യൂസിക് പ്ലെയേഴ്സിനെയെല്ലാം അത് നിഷ്പ്രഭമാക്കിക്കളഞ്ഞു. ഐ പോഡു കണ്ട ബിൽ ഗേറ്റ്സ് അതൊരു മഹത്തായ സൃഷ്ടിയാണെന്നു പറഞ്ഞു.

ഐ-ട്യൂൺ സ്റ്റോർ

2003 ഏപ്രിൽ 28ന് സാൻഫ്രാൻസിസ്ക്കോയിലെ മോസ് കോൺ സെന്ററിൽ (Moscone Centre) വച്ച് ജോബ്സ് ഐ ട്യൂൺസ് സ്റ്റോർ ഉത്ഘാടനം ചെയ്തു. ഐപോഡ് സംഗീത വ്യവസായത്തിലേർപ്പെട്ടപ്പോൾ വ്യാജ വ്യവസായികളിൽ നിന്ന് കനത്ത വെല്ലുവിളി നേരിട്ടു. നാപ്സ്റ്റർ, ടാക്സ്റ്റർ, ന്യൂട്ടെല്ല, കാസ തുടങ്ങിയ വ്യാജന്മാരുടെ മുന്നിൽ അന്നത്തെ സംഗീത വ്യവസായം പകച്ചു നിൽക്കുകയായിരുന്നു. സൗജന്യമായി സംഗീതം ലഭിക്കാൻ അവർ വഴിയൊരുക്കിയതുകൊണ്ട് സിഡിയുടെ വിൽപ്പന പത്തുശതമാനത്തോളം കുറഞ്ഞു. സംഗീതത്തിന്റെ പകർപ്പവകാശം സംരക്ഷിക്കുന്നതിനുള്ള പൊതുവായ ഒരു മാനദണ്ഡം ഇല്ലാതിരുന്നതാണ് അതിനു കാരണം.

സോണിയുടെയും വാർണർ മ്യൂസിക്കിന്റെയും യൂണിവേഴ്സൽ മ്യൂസിക്കിന്റെയും എക്സിക്യൂട്ടീവുകൾ ആപ്പിളുമായി കൂടിയാലോചിച്ചു. ഓരോ കമ്പനികളും അവരവരുടെ താൽപ്പര്യങ്ങൾക്കും ബിസിനസ്സിനും മുൻതൂക്കം കൊടുത്തപ്പോൾ ചർച്ചകൾ വിജയിച്ചില്ല. ഒന്നിച്ചു നിന്നാൽ മാത്രമേ വ്യാജന്മാരെ പരാജയപ്പെടുത്താൻ പറ്റുകയുള്ളൂ. സംഗീതം ഉണ്ടാക്കുന്നില്ലെങ്കിലും ഐ പോഡിലൂടെ കൂടുതൽ പാട്ടുകൾ വിൽക്കുന്നത് ആപ്പിളാണ്.

മ്യൂസിക് റെക്കോർഡ് കമ്പനികളുമായി പലതവണ ചർച്ചകൾ നടത്തിയ ശേഷമാണ് ലോകത്തെ മാറ്റുന്നതിനുവേണ്ടി അവർ സ്റ്റീവ് ജോബ്സുമായി സഹകരിച്ചത്.

ഐ-ട്യൂൺ സ്റ്റോറിൽ ആരംഭത്തിൽ രണ്ടു



ലക്ഷം ട്രാക്കുകളാണ് ഉണ്ടായിരുന്നത്. ഓരോ ദിവസവും പുതിയവ കൂടിവരും. ഡൗൺലോഡു ചെയ്യുന്നതിനു മുമ്പ് പാട്ടുകേട്ട് ഗുണനിലവാരം ഉറപ്പാക്കാം. പാട്ടുകൾ സിഡിയിലേക്കു പകർത്താം. സ്വന്തമാക്കാം. ഐ-മൂവികളിലും ഐ-ഡിവിഡികളിലും ഉപയോഗിച്ച് ആസ്വദിക്കാം. അതിന്റെ വില വെറും 99സെൻഡു മാത്രം. ഒരു കപ്പു കാപ്പിക്ക് അതിൽ കൂടുതൽ കൊടുക്കണം.

സ്റ്റീവ് ജോബ്സ് മ്യൂസിക് കമ്പനികളെ അനുനയിപ്പിച്ചത് മൈക്രോസോഫ്റ്റിനെ അത്ഭുതപ്പെടുത്തി. സ്വന്തം ഇന്റർനെറ്റ് സർവ്വീസ് (MSN) ഉണ്ടായിരുന്നെങ്കിലും ആപ്പിളിനെപ്പോലെ സമഗ്രമായൊരു സേവനം നൽകാൻ മൈക്രോസോഫ്റ്റിനു കഴിഞ്ഞിരുന്നില്ല.

വ്യാജന്മാരായ കാസായിൽ നിന്നും മറ്റും ഒരു പാട്ടു തെരഞ്ഞെടുക്കാൻ പതിനഞ്ചു മിനിറ്റു വേണം. ഒരു മണിക്കൂർ നഷ്ടപ്പെടുത്തണം നാലും ഡോളർ ലാഭമുണ്ടാക്കാൻ. ഐ-ട്യൂൺസിൽ മോഷണമില്ല.

സ്റ്റീവിന്റെ ഉത്ഘാടന പ്രസംഗം വാർണർ മ്യൂസിക്കിന്റെയും ഡൗഗ് മോറിസ്, ജിമ്മി അയോവിൻ തുടങ്ങിയ റക്കോർഡ് കമ്പനികളുടെയും മേധാവികൾ കയ്യടിച്ചു സ്വീകരിച്ചു.

ആറുമാസം കൊണ്ട് പത്തു ലക്ഷം ഗാനങ്ങൾ വിൽക്കാമെന്നാണ് അവർ കരുതിയത്. പക്ഷേ വിൽപ്പന ആറു ദിവസംകൊണ്ട് പത്തു ലക്ഷം കവിഞ്ഞു!. സംഗീത വ്യവസായത്തിന്റെ ചരിത്രത്തിൽ അതൊരു റെക്കാർഡായിരുന്നു.

സ്റ്റീവ് ജോബ്സ് മ്യൂസിക് കമ്പനികളെ അനുനയിപ്പിച്ചത് മൈക്രോസോഫ്റ്റിനെ അത്ഭുതപ്പെടുത്തി. സ്വന്തം ഇന്റർനെറ്റ് സർവ്വീസ് (MSN) ഉണ്ടായിരുന്നെങ്കിലും ആപ്പിളിനെപ്പോലെ സമഗ്രമായൊരു സേവനം നൽകാൻ മൈക്രോസോഫ്റ്റിനു കഴിഞ്ഞിരുന്നില്ല. പ്രതിമാസ വരിസംഖ്യയില്ലാതെ ഗാനങ്ങൾ നേരിട്ടു വിൽക്കാൻ മറ്റാരും തയ്യാറാകാതിരുന്നത് ബിൽഗേറ്റ്സിനെ അമ്പരപ്പിച്ചു. ●

ബാറ്റൺ ബോസ്
നോവലിസ്റ്റ്, തിരക്കഥാകൃത്ത്,
ചാനൽ പ്രോഗ്രാം ഡയറക്ടർ



ആശയവിനിമയം ആകർഷകമാക്കാം

ജീവിത വിജയത്തിന് ആവശ്യമായ ഏറ്റവും സുപ്രധാനമായ കഴിവ് ആശയ വിനിമയമാണ് – കാതറിൻ പുൾസിഫർ

ജീവിതവജയം നേടുന്നതിൽ ഒഴിവാക്കാനാവാത്ത ഒരു കഴിവാണ് ആശയവിനിമയശേഷി. വിജയത്തെ എത്തിപിടിച്ചിട്ടുള്ളവരൊക്കെ തങ്ങളുടെ മനസ്സിലുള്ള വികാരങ്ങളും ചിന്തകളും ആശയങ്ങളും പ്രതീക്ഷകളുമൊക്കെ വ്യക്തമായ ഭാഷയിൽ സ്പഷ്ടമായി അവതരിപ്പിക്കാൻ കഴിവ് നേടിയിട്ടുള്ളവരായിരുന്നു.

ആശയവിനിമയം കൂടാതെ അതിജീവനം സാധ്യമേ അല്ല. ജീവിതത്തിന്റെ ഏതൊരു മേഖല എടുത്താലും അവിടെയൊക്കെ ആശയവിനിമയ പ്രാവീണ്യം വളരെ ആവശ്യമാണ്. പലപ്പോഴും അശയവിനിമയത്തിന്റെ അഭാവം ഒരാളുടെ വ്യക്തി ജീവിതത്തിലും തൊഴിൽ ജീവിതത്തിലും വലിയ പ്രത്യാഘാതങ്ങൾക്ക് വഴിവെയ്ക്കാറുണ്ട്.

എന്തെങ്കിലുമൊക്ക നേതൃപദവി അലങ്കരിക്കുന്നവരെ ശ്രദ്ധിച്ചു നോക്കുക. അവരൊക്കെ ആകർഷകമായ ആശയവിനിമയ ശേഷിക്ക് ഉടമകളായിരുന്നു എന്ന് കാണുവാൻ സാധിക്കും. ഒരു കൂട്ടം ആളുകളെ ലക്ഷ്യത്തിലേക്ക് നയിക്കണമെങ്കിൽ മികച്ച ആശയവിനിമയശേഷി കൂടിയേ തീരൂ.

ആശയവിനിമയ കലയാണ് നേതൃത്വത്തിന്റെ ഭാഷ എന്ന് എഴുത്തുകാരനായ ജെയിംസ് ഹ്യൂംസിന്റെ ഉദ്ധരണി ഇവിടെ പ്രസക്തമാണ്.

പറയേണ്ടത് മാത്രം പറയുക അതുപോലെ തന്നെ പറയേണ്ടിടത്തോളം മാത്രം പറയുക എന്നിവ ആശയവിനിമയത്തിന്റെ കാര്യത്തിൽ പ്രധാനമാണ്. ആവശ്യമുള്ളപ്പോഴും അല്ലാത്തപ്പോഴുമെല്ലാം നിയന്ത്രണമില്ലാതെ സംസാരിക്കുന്നവരെ നാം ദിനംപ്രതി കണ്ടുമുട്ടാറുണ്ട്. ഇതിനെ ഒരിക്കലും ആശയവിനിമയത്തിന്റെ ഗണത്തിൽ പെടുത്തുവാൻ കഴിയുകയില്ല. "Say a little and say it well" 'കുറച്ച് പറയുക, നന്നായി പറയുക' എന്നതാണ് ആശയവിനിമയത്തിന്റെ കാര്യത്തിലെ സുവർണ്ണ മന്ത്രം. ഒരു മികച്ച ആശയവിനിമയക്കാരൻ തനിക്ക് പറയുവാനുള്ള കാര്യം ചുരുങ്ങിയ വാക്കുകളിൽ ലളിതമായ ഭാഷയിൽ പറഞ്ഞ് ഫലിപ്പിക്കുന്നു. പറയാൻ ഒന്നുമില്ലാത്ത സന്ദർഭങ്ങളിൽ ഒന്നും പറയാതിരിക്കുകയാണ് ഉചിതം. 'മൗനം വിദ്വാനു ഭൂഷണം' എന്നൊരു ചൊല്ല് നാം കേട്ടിട്ടുണ്ടല്ലോ. 'നിങ്ങൾക്ക് പറയാനൊന്നുമില്ലെങ്കിൽ പറയാതിരിക്കുക' എന്ന മാർക്ക് ട്വയ്ന്റെ ചിന്ത ഒരു പാട് കാര്യങ്ങൾ നമ്മോട് പറയുന്നുണ്ട്.

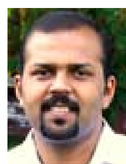
ആശയവിനിമയത്തിന്റെ കാര്യത്തിൽ സംസാരത്തോളം തന്നെ ഒരു പക്ഷേ സംസാരത്തേക്കാളേറെ പ്രാധാന്യം അർഹിക്കുന്ന ഒന്നാണ് കേൾവി എന്നത്. ഒരു മികച്ച ശ്രോതാവിന് മാത്രമേ മികച്ച രീതിയിൽ ആശയങ്ങൾ മറ്റുള്ളവരുമായി പങ്കുവയ്ക്കുവാൻ കഴിയുകയുള്ളൂ. 'സംസാരിക്കുന്നതിന്റെ ഇരട്ടി കേൾക്കുന്നതിനാണ് നമുക്ക് ഒരു വായും രണ്ട് ചെവികളും തന്നിരിക്കുന്നതെന്നാണ് ഗ്രീക്ക് തത്വചിന്തകനായ എപ്പിക്റ്ററ്റസ് പറഞ്ഞിരിക്കുന്നത്.

'ലോകത്തിലെ പകുതി ആളുകളും പറയാൻ ആഗ്രഹമുണ്ടായിട്ടും പറയാൻ കഴിയാത്തവരും ബാക്കിയുള്ളവർ പറയാൻ ഒന്നുമില്ലാഞ്ഞിട്ടും പറഞ്ഞുകൊണ്ടേ ഇരിക്കുന്നവരുമാണ്' എന്ന റോബർട്ട് ഫ്രാസ്റ്റിന്റെ വാക്കുകൾ വെളിച്ചം വീശുന്നത് മികച്ച ആശയവിനിമയ ശേഷിയുടെ അഭാവത്തിലേക്കാണ്. മികച്ച ആശയവിനിമയശേഷി നിരന്തരമായ പരിശ്രമത്തിലൂടെയും പരിശീലനത്തിലൂടെയും നേടിയെടുക്കുവാൻ കഴിയുന്ന ഒന്നാണ്. 'ഉപയോഗം കൂടും തോറും മൂർച്ച കൂടുന്ന ഒരേയൊരു ആയുധം നാവ് മാത്രമാണ്' എന്ന വാഷിംഗ്ടൺ ഇർവിംഗിന്റെ അഭിപ്രായം സ്മരണീയമാണ്. സംസാരിക്കുന്ന ഓരോ വാക്കിലും ശ്രദ്ധ പുലർത്തുക എന്നത് ഇവിടെ പ്രധാനമാണ്. ആറ്റിക്കുറിക്കിയ വാക്കുകളിലൂടെയാവണം നാം ആശയങ്ങൾ കൈമാറേണ്ടത്. സാധാരണ സംഭാഷണത്തിൽ സാധാരണ ഭാഷ അഥവാ ലളിത ഭാഷ ഉപയോഗിക്കുന്നതാണ് ഉചിതം. സന്ദർഭത്തിനനുസരിച്ച് സംസാരിക്കുവാനുള്ള ശേഷിയും നാം വികസിപ്പിച്ചെടുക്കേണ്ടതാണ്. സുഹൃത്തുക്കളോടും കുടുംബാംഗങ്ങളോടും സംസാരിക്കുന്ന രീതിയിലല്ലല്ലോ തൊഴിലിടങ്ങളിൽ നാം സംസാരിക്കുന്നത്. ശ്രോതാവിനെ മനസ്സിലാക്കിക്കൊണ്ടുവേണം നാം സംസാരിക്കുന്നത്. 'ആശയവിനിമയത്തിന്റെ കാര്യക്ഷമത വിലയിരുത്തപ്പെടുന്നത് ആശയവിനിമയം കൊണ്ടല്ല മറിച്ച് ശ്രോതാവിന്റെ പ്രതികരണത്തിൽ നിന്നാണ്' എന്നാണ് മനോരോഗ വിദഗ്ദ്ധനായ മിൽട്ടൺ എറിക്സൺ പറഞ്ഞ് വച്ചിരിക്കുന്നത്. മികച്ച ആശയവിനിമയത്തിന് വേണ്ട കാര്യങ്ങളെ '7C's of Communication" എന്ന് പറയാറുണ്ട്. അവ താഴെ പറയുന്നവയാണ്.

- Clear
- Concise
- Concrete
- Correct
- Consideration
- Complete
- Courteous

കേൾവിക്കാരന് മനസ്സിലാകുന്ന രീതിയിലായിരിക്കണം നാം ആശയങ്ങൾ സംവേദനം ചെയ്യാൻ (Clear). ഈ ആശയങ്ങളെ ചുരുക്കി അവതരിപ്പിക്കാനും നമുക്ക് കഴിയേണ്ടതുണ്ട് (Concise). കൃത്യമായ വിവരങ്ങളുടെ പിൻബലത്തോടെയാണ് ആശയങ്ങൾ പങ്കുവയ്ക്കുന്നതെന്ന് നാം ഉറപ്പ് വരുത്തണം (Concrete). ശരിയായ വിവരങ്ങൾ മാത്രം പങ്കുവയ്ക്കാൻ നാം എപ്പോഴും ശ്രദ്ധിക്കണം (Correct). നമ്മോടു സംസാരിക്കുന്ന വ്യക്തിയുടെ പശ്ചാത്തലവും വിദ്യാഭ്യാസ നിലവാരവും ചിന്താരീതിയും വികാര വിചാരങ്ങളും മനസ്സിലാക്കിവേണം ആശയവിനിമയം നടത്താൻ. നമ്മുടെ സംസാരത്തിൽ നിന്ന് 'ഞാൻ' എന്നത് എടുത്തുമാറ്റി 'നമ്മൾ' എന്ന് ഉപയോഗിക്കുന്നതും അനുയോജ്യമായിരിക്കും (Consideration). പാതിവച്ച് അവസാനിപ്പിക്കുന്നതാകരുത് നമ്മുടെ സംഭാഷണങ്ങൾ (Complete). അതുപോലെ തന്നെ ഏറ്റവും പ്രധാനമായി സൗഹൃദപരമായി, ശ്രോതാവിന്റെ വ്യക്തിത്വത്തെ മാനിച്ചുകൊണ്ടാവണം നാം സംഭാഷണങ്ങളിൽ ഇടപെടുവാൻ (Courteous).

ആശയവിനിമയ ശേഷി വർദ്ധിപ്പിക്കുവാനുള്ള ഏറ്റവും മികച്ച ഒരു മാർഗമാണ് വായനാശീലം വളർത്തുക എന്നത്. വായനയിലൂടെ മികച്ച ആശയങ്ങളും പുതുമയുള്ള പ്രയോഗങ്ങളും നമുക്ക് ഹൃദ്യസ്ഥമാകുന്നു. അതുപോലെ തന്നെ പ്രധാനപ്പെട്ട കാര്യമാണ് മികച്ച സംഭാഷണ രീതി കേൾക്കുകയും അനുകരിക്കുവാൻ ശ്രമിക്കുകയും ചെയ്യുക എന്നത്. ഇത് ഒരിക്കലും അന്ധമായ അനുകരണമാകാതിരിക്കുവാൻ നാം പ്രത്യേകം ശ്രദ്ധിക്കേണ്ടതുണ്ട്. മറ്റുള്ളവരുടെ സംസാരത്തിലെ മികച്ച അംശങ്ങളെ മാത്രമാവണം നാം അനുകരിക്കേണ്ടത്. ഇതിനായി മികച്ച നിരീക്ഷണ പാടവം നാം വളർത്തിയെടുക്കേണ്ടതായുണ്ട്. അതോടൊപ്പം തന്നെ മികച്ച സംസാരത്തിനായി ലഭിക്കുന്ന ഓരോ അവസരത്തെയും പരിശീലത്തിനുള്ള സന്ദർഭമായി മാറ്റുവാൻ നമുക്ക് കഴിയണം. ഇത് നമ്മുടെ ആത്മവിശ്വാസം കൂട്ടുന്നതിൽ നമ്മെ സഹായിക്കും. അങ്ങനെ മനസ്സിലുള്ളത് കൃത്യമായും വ്യക്തമായും പ്രതിഫലിപ്പിക്കുവാൻ നമുക്ക് പരിശ്രമിക്കാം. ●



അരുൺ ജോർജ്ജ് മാമ്പ്ര
അസിസ്റ്റന്റ് പ്രൊഫസർ
ഭാരത് മാതാ കോളേജ് ഓഫ് കൊമേഴ്സ്
& ആർട്സ്, ആലുവ
mail id: arunmampra@gmail.com





നേതാവിന്റെ മനുഷ്യബന്ധങ്ങൾ

മറ്റുള്ളവർ നമ്മെ ഇഷ്ടപ്പെടണമെങ്കിൽ നമുക്കു സ്വയം മതിപ്പും ഇഷ്ടവുമുണ്ടാകണം. ജീവനക്കാർക്കു നേതാവിൽ താത്പര്യം തോന്നിയാൽ അവർ നേതാവിനൊപ്പം നിന്ന് ജോലികൾ ആത്മാർത്ഥമായി ചെയ്യും. നേതാവിന്റെ മനസറിഞ്ഞു പ്രവർത്തിക്കും.

രക്തവും കണ്ണീരും വിയർപ്പും ദുരിതവും ഏറ്റുവാങ്ങുകയും അണികൾക്കവ വാഗ്ദാനം ചെയ്ത് അവരോടൊപ്പം അതു നേരിടുകയും ചെയ്യുന്ന നേതാവിനാണ്, സുഖവും ശാന്തിയും അണികളോട് ആശംസിച്ചു മട്ടുപ്പാവിലിരിക്കുന്ന നേതാവിനേക്കാൾ ജനഹൃദയങ്ങളിൽ ഇടമുണ്ടാകുന്നത്. അണികളിൽ ഒരുവനായി അവരുടെ സുഖദുഃഖങ്ങളിൽ പങ്കുപറ്റുവാൻ നേതാവിനു കഴിയണം.

വിജയത്തിലേക്കുള്ള എല്ലാ പടവിലും ബന്ധങ്ങൾ നിർണായകമാണ്. നേതാവും പ്രവർത്തകരും തമ്മിൽ ആത്മബന്ധവും

In every relationship, the most important word is "We" And the least important word is "I"

ജീവനക്കാരുമായുള്ള ബന്ധം

ജീവനക്കാരുമായുള്ള ബന്ധം മെച്ചപ്പെടുത്താൻ ഒട്ടേറെ വഴികളുണ്ട്. ഇതു സ്നേഹത്തിലും കരുണയിലും അപാര പരിഗണനയിലും ഊന്നിയ പെരുമാറ്റമാകണം.

1. സ്വയം സ്നേഹിക്കുക

മറ്റുള്ളവർ നമ്മെ ഇഷ്ടപ്പെടണമെങ്കിൽ നമുക്കു സ്വയം മതിപ്പും ഇഷ്ടവുമുണ്ടാകണം. ജീവനക്കാർക്കു നേതാവിൽ താത്പര്യം തോന്നിയാൽ അവർ നേതാവിനൊപ്പം നിന്ന് ജോലികൾ ആത്മാർത്ഥമായി ചെയ്യും. നേതാവിന്റെ മനസറിഞ്ഞു പ്രവർത്തിക്കും. ഉന്നതലക്ഷ്യത്തിനുവേണ്ടി ആത്മാർപ്പണം ചെയ്യാൻ നിതാന്തശ്രദ്ധ പുലർത്തും.

2. പേരുകൾ ഓർക്കുക

സ്വന്തം പേരുചൊല്ലി വിളിക്കുന്നതു കേൾക്കാനാണ് എല്ലാവർക്കും താതപര്യം. അണികളെ വ്യക്തിപരമായി അറിയുന്ന നേതാവിനു ജനമനസിൽ ചിരപ്രതിഷ്ഠ ലഭിക്കും. തന്റെ പേര് ഓർത്തിരിക്കുന്നുണ്ടല്ലോ എന്ന സന്തോഷം അവനെ കർമനിരതനും മതിപ്പുള്ളവനുമാക്കും.

3. അഭിനന്ദിക്കുക

ജീവനക്കാരുടെ നല്ല കാര്യങ്ങളെ പരസ്യമായി അഭിനന്ദിക്കുക. ഇത്തരത്തിൽ അവർക്ക് അംഗീകാരവും പ്രോത്സാഹനവും നൽകിയാൽ അവർ കർമോജ്വലരാകും.

"Each relationship nurtures a strength Or weakness within you."

4. പിശുക്കില്ലാത്ത പ്രശംസ

മറ്റുള്ളവരെ പ്രശംസിക്കുന്നതിൽ നേതാവു പിശുക്കനാകരുത്. നല്ല കാര്യങ്ങളെ ഏവരും അംഗീകരിക്കുന്നു എന്ന പരസ്യ പ്രഖ്യാപനം അണികളെ ആവേശം കൊള്ളിക്കും.

5. കരുതൽ, സ്നേഹം

ജീവനക്കാരുടെ കാര്യങ്ങൾ കരുതലോടെ കേൾക്കുക. ഹൃദയപൂർവം മനസിലാക്കിയിട്ടു പ്രതികരിക്കുക. പ്രശ്നങ്ങൾ പരിഹരിക്കാനും രമ്യതയിലെത്തിക്കാനും ഇതുവഴി സാധിക്കും.

6. നേട്ടങ്ങളെപ്പറ്റി വാതോരാതെ

സ്വന്തം വീരകഥകൾ വിളമ്പാതെ ജീവനക്കാരുടെ നന്മകളെയും നേട്ടങ്ങളെയും കമ്പനിയുടെ പുരോഗതിയെയും കുറിച്ച് നേതാവു സംസാരിക്കണം.

7. ജീവനക്കാരാണു താരം

സ്ഥാപനത്തിന്റെ/സംഘടനയുടെ ശ്വാസകോശമാണ് ജീവനക്കാർ/അണികൾ. അവരുടെ നിസാരാവശ്യങ്ങൾ പോലും ശ്രദ്ധിക്കുന്ന നേതാവിനെ ഒരു കാലത്തും അവർ കൈവിടില്ല.

"Leadership is a relationship of trust
Where commitments flow from character"

8. വിമർശനങ്ങളേ വിട

നമ്മോടു മറ്റുള്ളവർ എങ്ങനെ പെരുമാറണമെന്ന് നാം ആഗ്രഹിക്കുന്നുവോ അതുപോലെ അവരോടും പെരുമാറുക എന്നാണല്ലോ സുവർണനിയമം. ജീവനക്കാരിൽ നല്ലതു കാണാനും അതുറക്കെ പറയാനും നേതാവു ശ്രദ്ധിക്കുക.

9. അവർക്കൊപ്പം

സ്ഥാപനത്തിന്റെ വിജയം ജീവനക്കാരിൽ മതിപ്പുണ്ടാക്കും. പക്ഷേ, നേതാവിന് അവരിൽ സ്വാധീനമുണ്ടാകണം. ജീവനക്കാരുടെ തോൽവികളിലും സങ്കടങ്ങളിലും നേതാവു കൂടെയുണ്ടാകണം. ലോകത്ത് ഇന്ന് ഏറ്റവുമധികം പ്രയോജനമുള്ള മറ്റുള്ളവരുമായി ആരോഗ്യകരമായ ബന്ധം നിലനിർത്താൻ കഴിയുന്നയാളാണ്.

If you want to win a man to your cause,
First convince him that you are his sincere friend
-Abraham Lincoln

10. കുടുംബാംഗങ്ങളെപ്പോലെ പെരുമാറുക

ശമ്പളം ലഭിക്കുന്നു, അതുകൊണ്ട് ജോലി ചെയ്യുന്നു എന്ന ചിന്താഗതിയാണു ജീവനക്കാർക്കുള്ളതെങ്കിൽ അവരിലെ ഏറ്റവും നല്ലത് നമുക്കു ലഭിക്കില്ല. ക്ലോക്കിൽ നോക്കി ജോലി ചെയ്യുകയും സമയം കഴിയാൻ കാത്തിരിക്കുകയും ചെയ്യുന്ന ജീവനക്കാരാണ് കീഴിലുള്ളതെങ്കിൽ നേതാവ് പരാജയത്തിലേക്കു കൂപ്പുകുത്തിക്കൊണ്ടിരിക്കുകയാണ്.

അവരെ ഉത്സാഹത്തോടെ ജോലി ചെയ്യാൻ പ്രാപ്തരാക്കുക. വെല്ലുവിളികൾ ഏറ്റെടുത്തു മുന്നേറാൻ സജ്ജരാക്കുക. അപ്പോൾ അവരിൽ നിന്ന് ഏറ്റവും മികച്ചതു ലഭിക്കും. അവരെ വെറും ജോലിക്കാർ എന്ന നിലയിൽ കാണാതെ കുടുംബാംഗം എന്ന രീതിയിൽ പരിഗണിച്ചാൽ അവർ എല്ലായ്പ്പോഴും നേതാവിന്റെയൊപ്പം നിൽക്കും.



If you will be a servant
To the people and serve them....
They will always be your servants

11. ആശയങ്ങൾക്കു ചെവിയോർക്കുക

ഓരോ വ്യക്തിക്കും ഒട്ടേറെ കാര്യങ്ങൾ നമ്മോടു പറയാനുണ്ട്. നമുക്കു നൽകാൻ എന്തെങ്കിലും അവരുടെ കയ്യിലുണ്ടാവും. ലിഫ്റ്റ് ഓപ്പറേറ്ററോ തൂപ്പുകാരനോ സെക്യൂരിറ്റിയോ ആരുമായിക്കൊള്ളട്ടെ. അവരൊക്കെ നമ്മേ ചിലതു പഠിപ്പിക്കുന്നുണ്ട്. അവരുമായി സംസാരിക്കുക. അവരുടെ ആശയങ്ങളും പ്രതികരണങ്ങളും കേൾക്കുക.

12. പ്രശ്നപരിഹാരത്തിനുള്ള പരിശീലനം

പ്രശ്നങ്ങളുണ്ടാക്കാനല്ല മറ്റുള്ളവരെ പഠിപ്പിക്കേണ്ടത്. പ്രത്യുത, പരിഹാരങ്ങൾ ഉണ്ടാക്കാനാണ്. ഇങ്ങനെ ചെയ്തില്ലെങ്കിൽ എല്ലാ പ്രശ്നങ്ങളും അണികൾ നേതാവിന്റെ തലയിൽ കെട്ടിവയ്ക്കും. പ്രശ്നപരിഹാരത്തിനും ആകുലതകൾക്കുമേ നേതാവിനു നേരം കാണൂ. അണികൾ കാട്ടിക്കൂട്ടുന്ന അസംബന്ധങ്ങളും തെറ്റുകളും അവർ തന്നെ പരിഹരിക്കുന്ന ശൈലിക്കു പ്രാമുഖ്യം നൽകുക. എന്നാൽ അവരെ തള്ളിപ്പറയാനും പാടില്ല .

13. ജീവനക്കാരെ സ്വാധീനിക്കാൻ

- ജീവനക്കാർക്ക് പറയാനുള്ളതും കേൾക്കുക. വികാരങ്ങളെ മാനിക്കുക.
- അവരുമായി ചർച്ച ചെയ്യുക.
- മറ്റുള്ളവർ അഭിമുഖീകരിക്കുന്ന വെല്ലുവിളികളിൽ താദാത്മ്യം നേടാൻ പരിശീലിപ്പിക്കുക.
- അടിസ്ഥാനവസ്തുതകളെ വിശകലനം ചെയ്തിട്ടു തിരഞ്ഞെടുക്കുക.
- പ്രോത്സാഹനത്തിലൂടെ വശപ്പെടുത്തുക.
- ചെയ്തു കൊടുക്കുന്നതിന്റെ പ്രയോജനത്തെക്കുറിച്ചു ബോധ്യപ്പെടുത്തുക.
- കൂടുതൽ ചെയ്യാൻ പ്രോത്സാഹിപ്പിക്കുക.
- പ്രവർത്തനത്തിനായി യുക്തിപരമായ കാര്യങ്ങൾ വ്യവസ്ഥ ചെയ്യുക.

ബന്ധം നിലനിർത്താൻ അഞ്ചു സൂത്രങ്ങൾ

1. ബൂമറാങ് തത്ത്വം

പ്രയോഗിക്കുന്നയാളിന്റെ കയ്യിൽത്തന്നെ തിരിച്ചെത്തുന്ന ഒരിനം ആയുധമാണു ബൂമറാങ്. മനുഷ്യബന്ധങ്ങളെ സംബന്ധിച്ച്, നാം ഒരാളെ സഹായിക്കുമ്പോൾ അതു നമുക്കു തന്നെ സഹായമായി മാറും എന്നർത്ഥം. അതായത്, നേതാവു ജീവനക്കാർക്കു വേണ്ട സഹായങ്ങൾ ചെയ്തുകൊടുക്കുമ്പോൾ ജീവനക്കാർ ആത്മാർത്ഥതയോടെയും ഉത്തരവാദിത്വത്തോടെയും ജോലികൾ ചെയ്തു തീർക്കുന്നു.

2. സൗഹൃദം

ജീവനക്കാർക്ക് തങ്ങളുടെ താത്പര്യമുള്ളവരുടെ കൂടെ ജോലി ചെയ്യാനാണ് ഇഷ്ടം. ഇതിന് സൗഹൃദപരമായ അന്തരീക്ഷം സൃഷ്ടിക്കുക. എന്നാൽ കോക്കസുകളോ ഗാങ്ങുകളോ അമിതമായി രൂപപ്പെടരുത്. നേതാവിനു തന്നെ ഇതു പാരയായി മാറാം.

3. പങ്കാളിത്തം

കൂട്ടായ്മയോടെ പ്രവർത്തിക്കുക വഴി വിജയം സുനിശ്ചിതം. കൂട്ടായ്മാന്തരീക്ഷം സമൃദ്ധമാക്കാനുള്ള തന്ത്രങ്ങൾ ആവിഷ്കരിക്കുക.

4. സംതൃപ്തി

ഒത്തൊരുമയോടെ ജോലി ചെയ്യുന്നതിൽ പരം സംതൃപ്തി മറ്റൊന്നിലുമില്ല. ഇത്തരം സാഹചര്യങ്ങൾ സംജാതമാക്കുക.

5. ലൈസൻസ് തത്വം

നാം മറ്റുള്ളവരെ കാണുന്നതു നമ്മുടെ ആത്മാവിന്റെ പ്രതിഫലനം അനുസരിച്ചായിരിക്കും.

- ഞാൻ വിശ്വസ്തനാണെങ്കിൽ മറ്റുള്ളവരെയും അങ്ങനെതന്നെ കാണും.
- ഞാൻ നിരൂപണപരമായി ചിന്തിക്കുന്നയാളാണെങ്കിൽ മറ്റുള്ളവരെപ്പറ്റിയും അങ്ങനെ ചിന്തിക്കുന്നു.
- മറ്റുള്ളവരെ ശ്രദ്ധിക്കാൻ എനിക്കു കഴിയുന്നെങ്കിൽ അവരെ അനുകമ്പയോടുകൂടി കാണാനും എനിക്കു സാധിക്കും. ●



ഫാ. ഡോ. യബ്ബേസ് പീറ്റർ
ചൈൽഡ് വെൽഫെയർ ബോർഡ് കമ്മറ്റി മെമ്പർ



Model Code: 111/2019

Chahatt Khanna

Chahatt Khanna is an Indian actress and model. She had made appearances in Hindi films, Advertisements and TV Shows and Serials. She appe-ared Star Plus, Hangama TV, Sony TV, Zee TV etc., She acted TV Serials like Bade Achhe Lagte Hain, Qubool Hai and acted in films. The film 7.1/2 phere more than a wedding, Ek main Ek Tum, Thank you etc.











Model Code: 112/2019 Johnley. Y

Want to be a Model in Advertising ?

മോഡലിംഗ് രംഗത്തേക്ക് കടക്കുവാൻ താൽപര്യമുള്ളവർ ഫോട്ടോയും ബയോഡേറ്റയും അയയ്ക്കുക.

പോർട്ഫോളിയോ എടുത്തിട്ടില്ലാത്തവർക്ക് പ്രൊഫഷണൽ ഫോട്ടോഗ്രാഫേഴ്സിന്റേയും മേക്കപ് പ്രൊഫഷണൽസിന്റേയും സഹകരണത്തോടെ മിതമായ നിരക്കിൽ പോർട്ഫോളിയോ തയ്യാറാക്കി നൽകുന്നതാണ്.

effectiveadcom@gmail.com
Ph: 08593 998705

Model Code:113/2019 Samson S.J.





Most (mis)used symbol

the other truth



So Mie is a copywriter currently working at an advertising agency in UAE. His career spans over 29 years with stints at industry leading creative houses in Keralam and numerous campaigns. He also used to engage students in advertising at the School of Communications, Mahatma Gandhi University.

So Mie

The ubiquitous gesture. Hands neatly placed palm to palm, finger to finger. Chances are you have done it several times. Maybe hundred. Maybe thousand. Maybe more, depending on your culture, profession, age, faith, and the number of times you prayed.

Religious historians point out that the practice of praying with folded hands existed in Babylonian and Jewish traditions as early as 5th century BCE. Christians around the world now perform it during the celebration of Mass. Catholics instruct that when the palms are held together, the right thumb should be placed over the left in the form of a cross.

That said, there is no mention of the hand gesture in the Bible. Jesus is said to have prayed with his hands clasped, with fingers interlocking. Besides, early Christians prayed with their hands outstretched, with the palms facing upward as a symbolic recreation of the Jesus' body on the cross. Then how come modern Christians do it the other way? Some historians hold the view that it is the continuance of a pagan tradition. Others think that it's a remnant of the ancient Roman practice of shackling prisoners. To avoid immediate death, the prisoners used to raise their shackled hands, begging for mercy. The gesture meant submission and loyalty to the conqueror. While praying, it could mean something similar: submission, obedience to God.

Indians may have a different story to tell about the gesture. Archaeologists have unearthed terracotta figurines with folded hands from the site of the ancient Indus Valley Civilization. These artifacts are about 5000 years old. We will never know why or on what occasions the Indus people used the gesture. But from the look of the little sculptures, one could infer that it's not meant to represent pain or awe. Rather, their 'body language' is suggestive of joy, friendliness. And this could be an indicator of the deeper meaning of folded hands in eastern cultures.

Fortunately, though many of the values and practices of the Indus people have perished with them, the hand gesture, somehow, was handed down to the Vedic civilization that flourished much later, and into the modern times.

In Vedic parlance, the gesture is called Anjali Mudra, a form of salutation accompanied by the utterance of the word Namaste or Namaskara. Namaste is derived from Sanskrit. It means 'bowing to you'. This practice is performed with a smile and a little bow while greeting or leave-taking. The correct way to do it is to point the thumbs at the chest while the other fingers are kept upright. Symbolizing honesty and acceptance, it honors both the self and the other.

But that's not the only Anjali Mudra practiced in India. There's another way in which the palms are held in front of the forehead with the thumbs touching the brow. This variant is rather an act of surrender. Yet another style is holding the palms way above one's head without saying Namaste. This is usually seen as a gesture of adoration and worship.

Beyond these generally known interpretations, some believe that the union of palms represents the coming together of the two hemispheres of the brain. The commingling of inner forces flowing into the outer, wider cosmos. The divinity of both the practitioner and the recipient forming a supreme being.

Sadly, ever since our politicians appropriated this ancient gesture, it has lost its true meaning and impact. First of all, they perform the gesture in bizarre ways. Many use it with robotic pace. Some are too busy to bring their palms even half way to their chest. Some others just swing one arm up and down with a syncopated Namaskaram as if they're warding off flies. There's also a silent Anjali Mudra style in which the palms are held together right in front of the face, vertically dividing it into two. True to this symbolism, they often engage in one-sided blabber. We see a lot of such theatrics in the election season.



But there's a bright side to it all. And that is the very fact that this ancient gesture has remained a secular symbol, though misused and overused in addition to being linked to different faiths.

So here's my Namaste to the secular Kooppukai!

Printed, Published and Owned by Mathew K., Effective Publications, Mulamoottil Building, Cathedral Road, Manorama South, Kottayam - 686 001 Kerala. and Printed at Southern Printing House, Sastri Road Extn., Mugal Palace Building, Collectorate P.O., Kottayam - 686 002, Kerala.